理容業の苦情対応の手引き

(財)全国生活衛生営業指導センター

は　じ　め　に

本苦情対応の手引きは、平成 8 年に消費者対応円滑化推進事業として、生活衛生業界のうち理容業に携わる方々に対し作成した「苦情処理マニュアル」を全面的に改訂を行ったものです。

初版作成から 8 年が経過いたしましたが、その間我が国においては生活様式も多様化し、消費者意識も、生活衛生関係営業の社会・経済環境も大きく変化してきております。特に理容業に対する消費者の要望等業務範囲もかつてないほど大きな広がりを見せています。

消費者擁護の観点等から生活衛生業界に係る主な法律の施行等をみても、消費者保護基本法の大幅な改正（法律名も「消費者基本法」に変更）、消費税法の改正、消費者契約法、健康増進法、身体障害者補助犬法、個人情報保護法等施行されました。

日本工業規格では、企業や団体等の組織が、消費者の満足度を高めるために、消費者の苦情に対して、適切かつ迅速に対応するために不可欠な要件を、「苦情対応マネジメントシステムの指針」として策定しています。

指針は、消費者からの相談・苦情に対する円滑な活動が組織全体に良い影響を与え、組織経営の質の向上に寄与し、組織全体が消費経済社会の発展・向上に貢献するための基本的な要件であると述べています。

消費者と組織が相互の立場を尊重し、組織の利益、消費者の満足度を高める経営が求められ、苦情を組織全体として、真摯にうけとめて問題解決に努めることが、強く要請されております。

当全国生活衛生営業指導センターでは、このような近年の社会情勢を踏まえ、生活衛生業界の経営に少しでも資することができればと今回改訂いたしました。

改訂に当たっては、社団法人全国消費生活相談員協会の相談員の皆様に最新事例の収集をお願いし、これをいろいろな角度から分析し、事例では、問題点と望まれる対応、併せて法的な解説等も参考として記載いたしました。

本手引きが、一つのモデルとして生活衛生営業の第一線でご活用いただければ幸いです。

最後に、ご協力いただきました改訂委員会の各委員はじめ、関係者及び取りまとめにご尽力いただきました社団法人全国消費生活相談員協会に厚く御礼申し上げます。

平成 17 年 3 月

財団法人　全国生活衛生営業指導センター
理　事　長　　山　下　　眞　臣

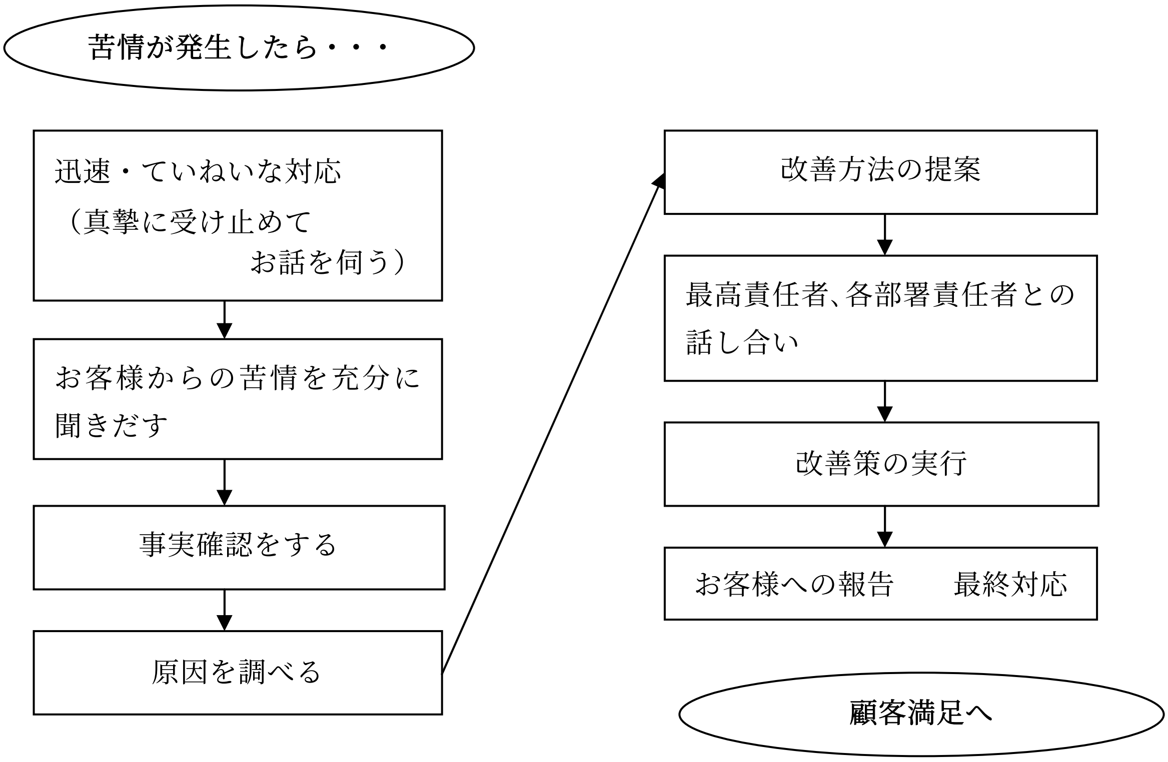
目　次

１．法令遵守と顧客満足は営業の基本姿勢

（１） 苦情対応で顧客満足

ファッションの多様化、高度化にともない、理容業においては、お客様からさまざまな苦情が寄せられています。対応が悪い、値段が高い、イメージと違うなどのように、店の安全・衛生状態や技術、サービスなどお客様がお店に求めている期待が大きければ大きいほど現実との落差が苦情となって表れます。その対応をする際に心の中で、「何を言っているんだ」「面倒だ、早く帰ってくれ」などと考えながら、義理的に頭を下げているようなことも実は多いのではないでしょうか。

しかし、苦情を言わないお客様は二度とその店を訪れないばかりか、友人たちにあの店はひどいと触れ回っているかもしれません。直接苦情を申し出てくださるほうが、お客様の不満の内容がはっきりとわかり、適切な対応をすることができ、ひいきのお客様になっていただける可能性が高いのです。このように苦情は店にとって経営上の足りない点を知ることができる貴重な情報源ですので、円満解決に努めるとともに、経営にフィードバックして苦情原因の追求、排除、再発防止に努め、顧客満足につなげることが必要です。



（２） 安全・衛生対策は理容業の基本

理容業は不特定多数のお客様に直接手を触れて行う業務のため、理容店が伝染性疾病等の媒体にならないよう、衛生措置に関する法的規制を受けており、また、鋭利な刃物を肌に当てる業務のため、理容師には心身ともに健全でなければならないという規制も設けられている特別なサービス業です。

昨今のエイズやＢ型肝炎など感染症に対する関心の高まりからも、お客様の皮膚に接して使用する器具類の消毒の徹底やタオル類の保管といった安全・衛生に細心の注意を払い、お客様が安心してご来店いただけるようにしましょう。

（３） 法令遵守（コンプライアンス）

理容師法だけではなく、企業倫理も含めて、法令などのルールを守り健全なビジネスをする姿勢が問われています。取引先との関係、衛生管理、廃棄物処理、環境問題、個人情報保護など営業に関するあらゆる分野で法令遵守の活動を行うよう、全員に徹底させることが重要です。

特に平成 17 年 4 月 1 日より個人情報保護法が全面的に施行されます。この法律は高度に進展した通信社会において個人情報の利用が著しく拡大しているため、個人情報の有用性に配慮しつつ、一方で個人の権利権益を保護することを目的としています。個人情報データベース等が 5,000 件以下で「個人情報取扱事業者の義務」が適用されない場合でも、個人情報は個人の人格尊重の下、慎重に取り扱われるべきとの基本理念（第 3 条）は全ての事業者に適用されます。顧客カード等の作成時には利用目的を明示するなど積極的に行うことで、お客様の信頼は深まるでしょう。

個人情報取扱事業者に該当しますか

「個人情報データベース等」を事業用に使用している

・法人
・個人事業者
・個人

営利・非営利は問わない

・過去 6 ヶ月以内のいずれの日において 5,000 件を超える個人情報データを収集・管理・利用する場合
・パソコンに入力されていなくても、顧客カードに目次や索引がついていれば対象となる
・顧客情報のほか、取引先情報、社員情報も全て含まれる

保有個人情報データが 5,000 件以下の場合はどうなりますか

個人情報保護法の基本理念(第 3 条)
・個人情報は個人の人格尊重の下、慎重に取り扱われるべきもの
・適正な取扱いが図られるべきである

法律の趣旨に即した個人情報の適正な取扱いをしましょう！

どんなことに注意すればいいでしょうか

・顧客カードをお客様に記入していただく場合
　あらかじめ個人情報の利用目的を明示する
・利用目的の達成のために必要な範囲内で
　個人情報を取り扱う
・あらかじめ本人の同意を得ないで第三者に提供は原則禁止
・取得した個人情報は正確・最新の内容に保つ
・個人情報が漏れないよう安全に管理・監督するなど

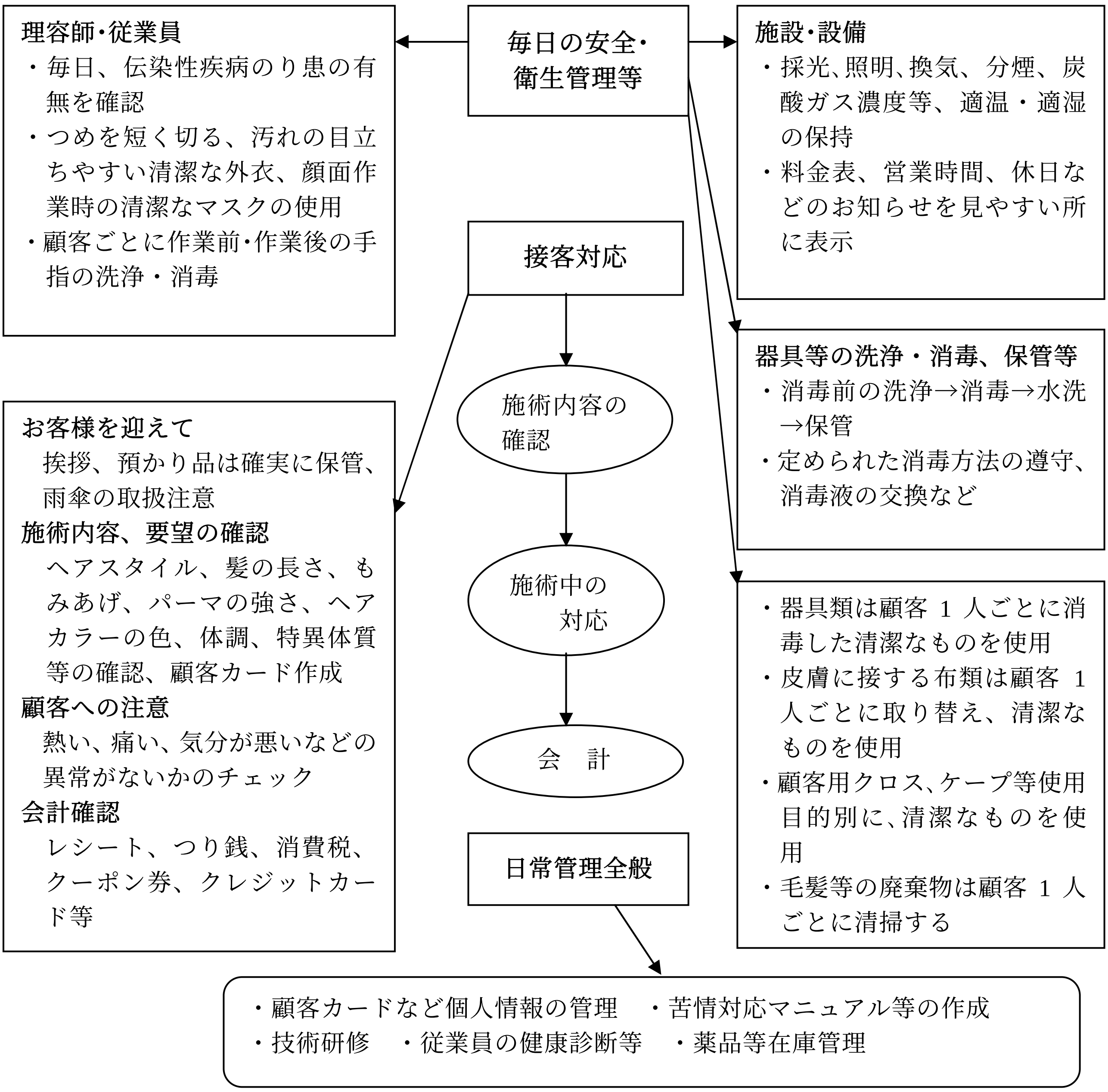
利用目的等の公表方法
パンフレット、受付カウンター、ホームページなど

これでお客様からの信頼アップ！

２．日常の品質管理システムの構築

国際的な民間組織である ISO（国際標準化機構）が、品質管理に関する国際規格（ISO9000 シリーズ）を制定し、さまざまな分野で利用されています。日本工業規格（JIS）も、これを翻訳した規格として平成 3 年 10 月に JISＺ9900～9904 として制定されました。平成 12 年に改正され JISＱ9000～9004 になっています。これらは製造業だけの規格と思われがちですが、あらゆる規模及び業種の組織に適用できます。

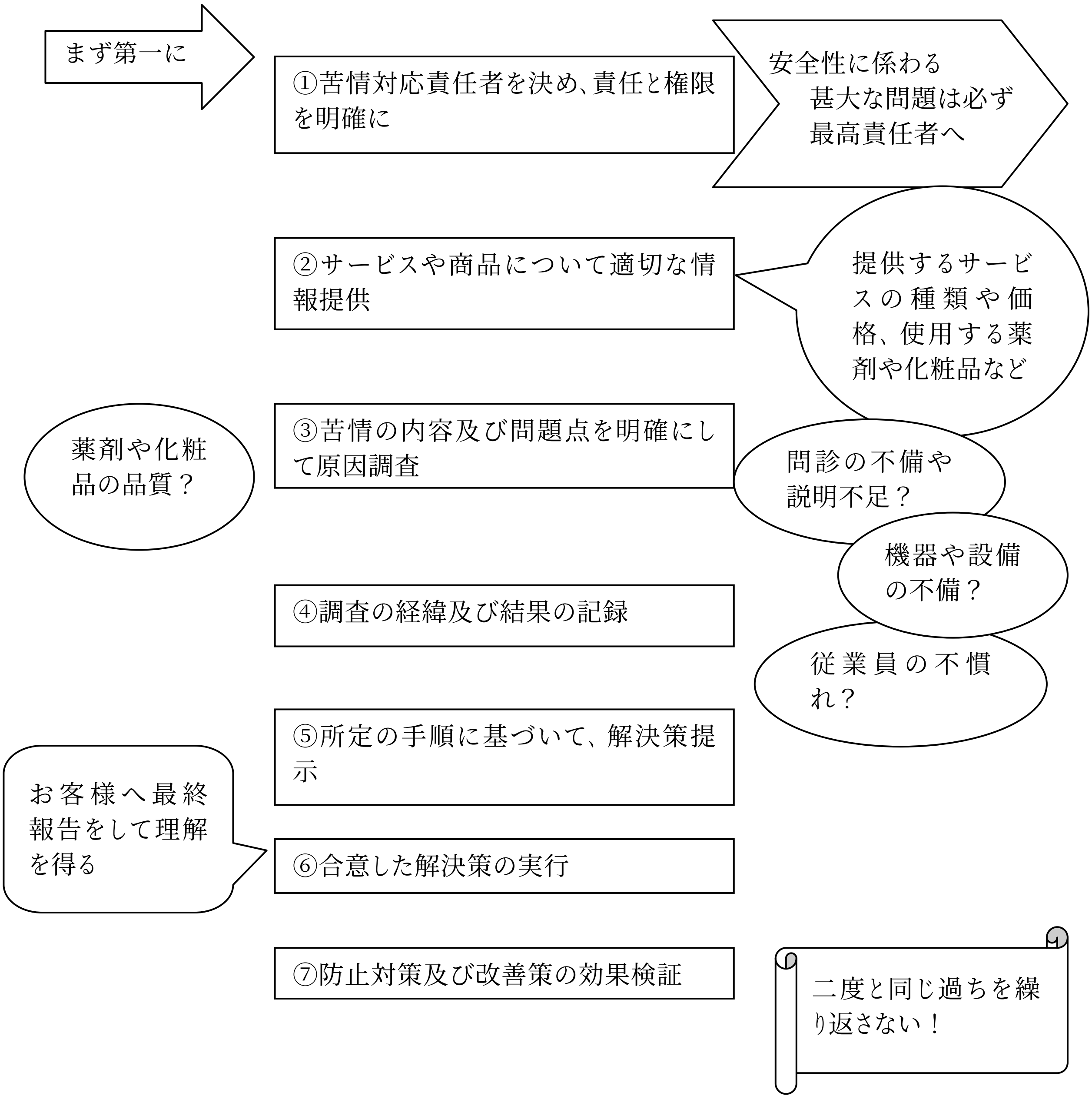
理容業では人の付加価値が非常に重要であり、標準化や規格化が難しい部分が多くありますが、ISO9000 の品質保証の基本的な考え方を応用し、日頃から品質管理システムを心がけておくと、苦情発生の際にもスムーズな対応ができます。



３．苦情対応システムの構築

日本工業規格（JIS）では、「苦情対応マネジメントシステムの指針」を平成 12 年 10 月に制定しました（JIS　Z9920)。この規格は、消費者の満足度を高めるために、消費者苦情に対し、適切かつ迅速に対応するために不可欠な要件を、指針として定めたものです。この指針を参考に、各店がそれぞれの苦情対応マニュアルを作成することが望まれます。

基本的なシステムは下記のとおりです。



苦情の申し出者から、適正な手順で対応されたという満足・信頼を得るために、社会通念に従って、下記の要素を考慮した活動をします。

1．公平性　①申し出者の権利を尊重する。
②申し出者のプライバシーを尊重する。
③苦情対応に関連する職務手順を明確にする。
④苦情の対応結果を組織として遵守する。
⑤苦情対応者への支援をする。

どのお客様にも
迅速・丁寧な対応を

お客様にとっては
店長も従業員も一

２．透明性　①苦情の受付窓口を明確にする。
②申し出者に苦情対応の進捗状況を説明できるようにする。
③申し出者に適正かつ公平に対応したと説明する。

３．容易性　①苦情受付窓口を広告や店内掲示､会員カードなどで明らかにする。
②苦情申し出の方法を容易に理解できるものにする。

連絡先を
明記しま
しょう

４．支援　①申し出の内容を確認し、問題点を明らかにする。
②外国語での申し出者、ハンディキャップ者等に対しても適切に対応する。
③申し出者の要望する手段で対応する。
④無償で支援できる範囲を明確にする。
⑤消費者に対し、苦情に結びつくような誤解・
不満を未然に防止するために必要な情報を提供する。

広告や料金表示にも注意！

５．応答性　①苦情担当者の裁量範囲を明確にする。
②組織として対応できる範囲を明確にする。
③初期段階で合理的な対応日程を設定する。
④苦情対応の進捗状況について説明する。

お客様にはわかりやすく
説明しましょう

６．費用　苦情対応は無償で行う。

理容所賠償責任補
償制度の活用

７．損害への対応　損害の種類、重大性、責任の程度と範囲などを考慮して対応する。

８．苦情要因の是正及び予防処置
苦情の性質、程度、法的な責任､社会的責任、発生頻度などを考慮し、苦情要因の是正及び予防処置を決定する。

９．記録　①苦情対応の進捗状況及び結果を記録する。
②苦情対応の記録、記録の利用・管理に関する基準及び手順を規定する。
③苦情対応者の教育訓練に関する記録を維持する。
④記録の開示又は提出要求への対応基準を明確にする。

記録は大切

苦情対応カードと記入例

<table>
<tr><td>受付番号
123</td><td>受付年月日
2005.04.30</td><td colspan="2">受付方法
□即時店頭□電子メール
□電話　　□次回来店j時
□文書　　□その他</td><td>緊急性
□保健所指導
□その他</td><td rowspan="3">内容
□安全･衛生、品質･機能
□価格･料金
□表示･広告
□販売方法、契約･解約
□接客･対応
□施設･設備</td></tr>
<tr><td rowspan="2">苦情申出者</td><td>氏名
理容　太郎</td><td colspan="2">住所
東京都</td><td>会員番号</td></tr>
<tr><td>電話
03－＊＊＊＊-＊＊＊＊</td><td colspan="2">性別
(男)　　女</td><td>年代
40歳代</td></tr>
<tr><td rowspan="2">苦情対象品</td><td>施術内容
総合調髪</td><td colspan="2">金額
5,000円</td><td>接客担当者
○○</td><td>施術担当者
××</td></tr>
<tr><td>苦情品名</td><td colspan="2">製造元</td><td>製造･関係社名</td><td>その他関係者</td></tr>
<tr><td>苦情内容</td><td colspan="3">シェービング中、カミソリが強く当たり、頬が赤くなった。担当者は謝罪したが、店にあった薬をつけてくれただけで不誠実な対応だった。
帰宅後、腫れてきたので、医者に行き治療を受けた。治療費を支払って欲しい。</td><td>受付
△△</td><td>店長
確認</td></tr>
<tr><td rowspan="4">処理・対策</td><td colspan="3">初期対応
お客様のお申し出をよく聞き取り、店長が担当者に当日の事実確認をした。
お客様には十分お詫びを申し上げ、診断書の提出をお願いし、治療費を支払った。
今後の事故防止対策についても店の姿勢を説明し、ご理解を頂いた。</td><td>担当者</td><td>店長
確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">原因究明
当日は新人理容師が一人で担当したことが分かった。事故は担当理容師の技術不足が原因と思われた。体制の見直しも必要。
事故発生時の対応マニュアルもなく、お客様へ不誠実な印象を与えてしまったようだ。</td><td>担当者</td><td>店長
確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">対策1
研修の回数を増やし、理容師のスキルアップを図る。</td><td>担当者</td><td>店長
確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">対策2
事故発生時の対応マニュアルを作成し、従業員教育を徹底する。</td><td>担当者</td><td>店長
確認</td></tr>
<tr><td colspan="6">備考</td></tr>
</table>

㈳　本苦情対応カードは、お客様の苦情を迅速･円満に解決するため、また、今後の再発防止、顧客満足等に資するものであるが、個人情報であるため、その取り扱い、保管等については、個人情報保護法の観点からも十分な配慮が望まれます。

４．苦情事例から学ぶ

（１）安全・衛生、品質・機能編

安全･衛生、品質・機能

事例１　肌に接するカミソリなど器具類の消毒義務

理容店で、前の人に使用したカミソリを消毒せずに軽く拭くだけで次の人に使用していました。エイズ、B 型肝炎、SARS などの感染がとても心配です。カミソリなど直接肌に触れる器具には消毒の義務付けはないのでしょうか。

理容店ではお客様の毛髪や皮膚に直接触れ、いろいろな器具と手指を使用して作業をするため、常に衛生第一の管理体制を徹底することが望まれます。

理容師法ではカミソリに限らず、「皮ふに接する器具」の消毒方法が定められています。また、平成 12 年 9 月 1 日より理容師法施行規則において理容店での消毒方法が感染症対策の充実強化の観点から、エイズ、B 型肝炎などの血液媒介性のウイルスにも消毒効果のある消毒方法に改正されています。

さらに、全国理容生活衛生同業組合連合会では、毎年「全国理容組合衛生遵守強化運動」の一環として組合加盟店に対し「衛生・消毒講習会」を開催し、徹底した消毒管理を行っており、お客様に安心してご来店いただける体制を整えております。組合加盟店では｢チョキちゃん｣マークのシール等を掲示しています。

「カミソリを拭いただけで、次のお客様に使用する」ことは理容師法違反です。理容師法に違反しないよう衛生面の確認をしましょう。なお、理容店での消毒規定には SARS は規定されていません。

厚生労働省ホームページ　http://www.hourei.mhlw.go.jp/hourei/index.html

参　　考

◆理容師法第 9 条　理容師が業務を行う際に守らなければならない措置

１．皮ふに接する布片及び器具は、これを清潔に保つこと

２．皮ふに接する布片は、客 1 人ごとにこれを取りかえ、皮ふに接する器具は、客 1 人ごとにこれを消毒すること

３．その他都道府県が条例で定める衛生上必要な措置

◆理容師法施行規則 23 条・24 条　皮膚に接する器具・消毒の方法

皮ふに接する器具であるクリッパー、はさみ、くし、刷毛ふけ取り、カミソリなどの取扱いは「消毒前の洗浄⇒消毒⇒水洗⇒保管」、消毒方法は 2 種類に分類されている。

１．カミソリとカミソリ以外の器具で血液の付着しているもの、その疑いがあるもの
　＊煮沸消毒（沸騰してから 2 分間以上煮沸）
　＊エタノールによる消毒（規定濃度で 10 分間以上浸す）
　＊次亜塩素酸ナトリウムによる消毒（有効塩素濃度で 10 分間以上浸す）

２．カミソリ以外の器具で血液が付着している疑いのないもの
　＊紫外線照射による消毒（紫外線消毒器内で規定の紫外線を 20 分間以上照射）
　＊蒸し器などによる蒸気消毒（80℃をこえる蒸気に 10 分間以上触れさせる）
　＊エタノールによる消毒（規定濃度のエタノール液を含ませた綿･ガーゼで器具表面をふく）
　＊逆性石鹸液による消毒（規定濃度で 10 分間以上浸す）など

安全・衛生、品質・機能

事例２　毛髪が散乱し不衛生だったシャンプー台

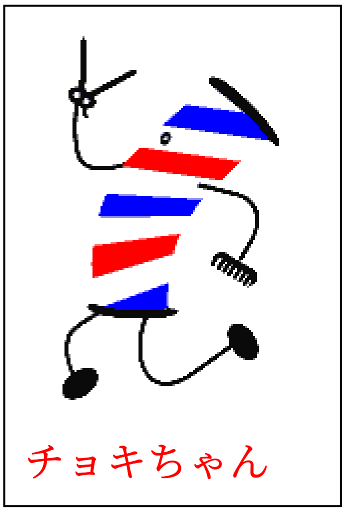
シャンプーの際、シャンプー台に前の人の髪の毛が落ちていたので苦情を言ったところ、黙って手で払っただけでシャンプーを始めました。また、顔に蒸しタオルを当てた時、いやな匂いがして気分が悪くなりました。いつも清潔にしておいて欲しいものです。

理容所の衛生管理に関しては理容師法、厚生省環境衛生局長通知「理容所及び美容所における衛生管理要領について（昭和 56 年 6 月環指第 95 号Ｐ48 参照）」や理容業施術処理基準などで決められています。

シャンプー台に毛髪が散乱していたり、タオルの臭いなどは不衛生と言われても仕方がありません。また、注意を受けた時の従業員の対応はお客様の心情を理解しないものです。お客様に不愉快な気持にさせないよう衛生面でも気をつけましょう。

苦情の申し出があったらすぐに対応することが大切です。店内の清潔保持、接客・苦情対応などのマニュアルを作成し、徹底しましょう。

参　　考



◆理容業施術処理基準（抜粋）

＊管理理容師又は理容師は、毎日理容所の施設、設備、器具等の衛生全般について点検管理する。
＊皮膚に接する器具類は、顧客ごとに消毒した清潔なものを使用し、使用後に洗浄、消毒する。
＊皮膚に接する布片類は、清潔なものを使用し、顧客１人ごとに取り替える。
＊蒸しタオルは、消毒済みのものを使用する。
＊作業に伴って生ずる毛髪等の廃棄物は、顧客１人ごとに清掃する。

◆タオルの消毒

＊加熱の場合

洗剤で洗浄した後、蒸し器などの蒸気消毒器に入れ、器内が 80℃をこえてから 10 分間以上保持させる。器内の最上部のタオルなどの中心温度が 80℃をこえないことがあるので、蒸気が均等に浸透するよう注意する。

＊消毒液による場合

次亜塩素酸ナトリウム液に浸し消毒する。消毒終了後、洗濯し、必要に応じ乾燥して保管するか、蒸し器に入れる。

＊血液が付着したタオル、布類

廃棄するか、または血液が付着している器具と同様の洗浄及び消毒を行う。

全国理容生活衛生同業組合連合会「新しいし消毒方法を実行しよう!!」より

事例３　ハサミで耳たぶに傷

> 5 歳の子どものカットを依頼し、買い物をして理容店に戻ってみると、耳たぶから血を流していました。傷テープを貼っただけでカットを続け、担当した理容師は謝罪をしてくれましたが、店長は子どもにケーキを持たせただけで責任を感じている態度とは思えませんでした。病院で治療を受け、傷跡は残らないが傷口の消毒が必要と言われました。治療費だけでも請求したいと考えています。誠意ある対応を望みます。

理容師の不注意が原因での事故で、ハサミでお客様の耳を傷つけることなどは、あってはならないことです。理容店としてはきちんとお詫びをし、医療機関での治療をお伝えした上で、その後の対応を説明することが大切です。

理容店の不注意によるケガ等の事故の場合、理容業の標準約款では「身体、財物に損害を与えた場合は賠償責任が発生」しますので、治療費の支払い義務が発生します。賠償責任補償共済制度を利用し補償をしましょう。

お客様の立場を考えた迅速な対応と技術指導、従業員教育の徹底が必要です。

参　　考

◆賠償責任補償共済制度

全国理容生活衛生同業組合連合会の組合員店舗が加入し、利用できる制度です。

◆理容業に関する標準営業約款（抜粋）

損害賠償の実施の確保に関する事項→利用者等の身体又は財物に損害を与えた場合は「事故賠償基準」に基づいて賠償する必要がある。

但し、全国理容生活衛生同業組合連合会が実施している、賠償責任補償共済制度に加入していれば、標準営業約款の「理容所事故賠償基準」を満たしています。

＜損害賠償の対象＞

ア）理容施術等の業務の遂行に起因する事故

イ）施設又は設備のかしに起因する事故

ウ）保管物の管理に起因する事故

＜身体に対する事故賠償額＞

ア）治療関係費	被害者が、治療のために要した費用で必要かつ妥当な実費
イ）休 業 損 害	被害者が、障害の治療のために休業し、収入減があった場合の現実の収入減収額
ウ）逸 失 利 益	被害者が、後遺障害又は死亡により生じた将来に得べかりし利益額
エ）慰　謝　料	後遺障害、死亡又は傷害により生じた精神的損害で社会通念上妥当な額

◆Ｓマーク理容店　厚生労働大臣の認可を受けた店で、理容店を選ぶ安心の目安



「生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律」(生衛法)に基づき、消費者が安心して利用できる標準営業約款制度を創設し、サービスの標準を定め、技術や設備の充実を図り、事故が起きた場合の損害賠償に対応するようになっています。

事例４　染毛剤でヤケド

ヘアカラーをした後、頭皮がひりひりするので「染毛剤で軽いヤケドをしたようだ」と苦情を言ったところ、理容店では謝罪をしてくれましたが、メーカーの使用説明書通りにカラーリング等をしているので、賠償責任まではとれないと言われました。店の責任者が販売メーカーに問い合わせをしてくれましたが「行政の許可を受けていて商品に問題があるとは考えられない」との回答でした。1 日ですが病院へも行き、薬代も払いました。治療費負担などの責任はどこが取ってくれるのでしょうか。

ヤケドの原因が染毛剤と特定できた場合、損害賠償の支払い義務が発生します。お詫びを申し上げ、診断書を提出していただき、すみやかに対応することが必要です。

また、お客様が診断書と休業を証明するものを提示され、ヤケドと休業の因果関係が証明されたら休業補償の支払い義務も発生します。

原因については、使用した脱色剤・ヘアカラー剤の成分や取扱説明書を確認し、使用方法の記載内容や注意事項に従って慎重に使用したものかどうか再度チェックをしましょう。

使用方法にミスがあったとは考えにくい場合、メーカーに事故の実態を申し出て、製品・説明書等を調査してもらう必要があります。メーカーに責任があると判断された場合は、PL 法では、お客様への賠償責任とあわせ理容店でもメーカーに損害賠償を請求できます。

参　考

◆賠償責任補償共済制度（P9 参照）

◆理容業に関する標準営業約款《抜粋》（P9 参照）

◆PL 法（製造物責任法）

被害者保護の観点から制定され、平成 7 年 7 月 1 日施行されました。

製造物の欠陥で他人の生命、身体、または財産を侵害した時に、製造業者等がその損害を賠償する責任を負うものであり、過失の有無を問いません。

＊　被害を受けた消費者はもちろん、被害を受けた事業者でも利用ができます。すなわち、事業者が使用した化粧品などの「商品の欠陥」によって被害を被った場合（お客様に対する弁償も含まれる）PL 法を利用してメーカーに損害賠償請求することもできます。

＊　PL 法では商品に欠陥があったこと、その欠陥により被害が生じたことを被害者が立証しなければなりません。

＊　お客様の特異体質、体調不良、使用上のミス等を理由にメーカーでは対応しないケースが多く、困難を極めることもあります。

＊　欠陥の定義に「設計、製造以外に表示や取扱説明書の不備」も含まれることから、説明書にこれらの警告がなかったことが欠陥であるという主張も可能です。

安全・衛生、品質・機能

事例５　白髪染剤でスーツにシミ

白髪染めをした際、染毛剤がスーツ上衣の襟の内側に付いたらしく、黄色いシミになってしまいました。理容店に居るときは気が付きませんでしたが、家に戻り上着を脱いで発見しました。シミは取れそうにもありませんので、スーツの弁償をして欲しいと考えています。要求できますか。

染毛をするときは、お客様の上着をお預かりし、その上で着衣には染毛液等が付着しないように、タオル、カバー等で保護をすることが必要です。上着をお預かりせずに染毛をしたため襟足から染毛液が流れ落ち、染毛液がスーツ襟の内側に付着した事がシミの原因と考えられます。上着の預かりはお客様に説明し理解を求め、タオルなどでの保護は十分に気をつけましょう。注意を怠った場合、理容店のミスとなり補償する義務が生じます。



参　考

◆賠償責任補償共済制度（P9 参照）
◆理容業に関する標準営業約款《抜粋》（P9 参照）

＜賠償額の算定＞

ア）被害財物の時価額

修理、クリーニング等によっても被害品を復元できない場合や盗難、紛失事故の場合は被害品の購入価額から経年減価額を差し引いた時価額が賠償額となります。

イ）被害財物の修理、クリーニング料

修理、クリーニング等によって被害品を復元できる場合は、その時価額の範囲内で修理、クリーニング等に要した費用が賠償額となります。

安全・衛生、品質・機能

事例６　頬が腫れ、記念写真も台無しになったブライダル・シェービング

　結婚式のためにシェービングを頼みましたが、カミソリが強く当たり頬が赤くなってしまいました。腫れてきたので、不安になり医者に行き、薬をもらいました。薬を塗ったら腫れは少し治まりましたが、式の間も人の目が気になって落ち着かず、大切な記念写真も台無しでした。治療費と慰謝料を請求したい。

　業務上の事故が原因でお客様に損害を与えてしまった場合には、お客様に対して損害賠償責任が発生します。診断書が提出され、施術に因る治療と証明されれば、理容店は治療費等の支払いをしなければなりません（民法 709 条）。
　損害は財産的損害に限らず、精神的損害も認められますから、ケースによっては慰謝料の支払いも必要になってきます（民法 710 条）。
　十分注意して行なっていても事故は思わぬ時に発生します。事故を未然に防ぐ為には、理容師一人一人が日頃から研鑽を積み、スキルアップに励むことが必要でしょう。万一、事故が発生してしまった場合には、誠意をもった速やかな対応が大切です。事故発生時の経済的リスクに備え、賠償責任補償共済制度等に加入しておくとよいでしょう。
　なお、ブライダル・シェービングは式当日の 1 週間前頃までに行ない、2〜3 日前に肌のお手入れを行なうシステムを取り入れておくと、予想外のトラブルを回避することができます。

参　　考

◆不法行為

　故意または過失によって他人の権利を侵害し、損害を発生させる行為を不法行為といいます。加害者は損害賠償の責任を負います。

◆損害賠償責任

　他人に与えてしまった損害を金銭に見積もって、その金銭でつぐないをすることを損害賠償といいます。事業者が業務遂行に起因してお客様に損害を与えた場合は、お客様に対して損害賠償責任が発生します。

民法 709 条　故意又ハ過失ニ因リテ他人ノ権利ヲ侵害シタル者ハ之ニ因リテ生シタル損害ヲ賠償スル責ニ任ス

民法 710 条　他人ノ身体、自由又ハ名誉ヲ害シタル場合ト財産ヲ害シタル場合トヲ問ハス前条ノ規定ニ依リテ損害賠償ノ責ニ任スル者ハ財産以外ノ損害ニ対シテモ其損害ヲ為スコトヲ要ス

◆賠償責任補償共済制度（P9 参照）

事例７　客に断りなく眉毛をカット

シェービングに時間がかかりウトウトしていたら、断わりなく眉毛まで短くされ、すっかり人相が変わってしまいました。眉毛を頼んだ覚えはありません。客に断わりもなくやってしまうのは問題ではないでしょうか。料金を支払いたくありません。

理容師法第１条の２では「理容とは、頭髪の刈込、顔そり、等の方法により、容姿を整えることをいう」となっていますが、頭髪の刈込を行なう際、眉毛のカットも含めて行なっているところも多いようです。

しかし、お客様に断わりもなく行なってしまうことは、どんな場合であっても問題があります。お客様に対しては、まずこの点をお詫びしなければなりません。

カットやシェービングの最中、お客様がウトウトすることはよくあることです。頭髪の刈込みについてお客様の要望を聞く際に、眉毛のカットについても、希望をきちんと確認しておきましょう。

お客様の要望をできるだけ正確に聞き取り、それに応えて、満足して頂けるサービスを提供するのが理容師の務めです。

断わりもなく行なってしまったことについては、お支払いを拒否されても仕方がありません。

参　　考

◆「理容師法」第１条の２

この法律で理容とは、頭髪の刈込、顔そり、等の方法により容姿を整えることをいう。

◆不法行為　（P12 参照）

事例８　料金返金希望の子どものトラ刈り

子どもがトラ刈りにされてしまい、とても外出できる頭ではありません。本人も嫌がるので別の理容店でやり直しをしてもらいました。若い理容師でも資格があり信頼できると思っていましたが、技術不足としか思えず残念です。他の店でやり直しをしてもらった料金を負担してもらえないものでしょうか。

理容店は、お客様からの希望を十分お聞きしなかったこと、技術不足があったことを認めざるを得ません。お詫びをお伝えし、料金返金等に応じることが望まれます。

近年、理容サービスに対するお客様の要望が高度化、多様化し、より高度の専門知識や技術が求められています。平成 7 年には理容師法が理容師の技術向上や更なる衛生水準の維持向上等を目的に理容師試験や受験資格等の事項について改正され､平成 10 年より施行されています。

たとえ子供の頭でも、人の容姿を整えることが、理容師の職務であり理容技術であることを肝に銘じ、理容師一人一人のスキルアップが必要です。

参　　考

◆理容師法（平成 7 年改正抜粋）

＊理容師養成施設の入学資格が､中学校卒業から､原則として高等学校卒業となる。
＊厚生大臣の指定した養成施設において厚生労働省令で定める期間以上必要な学科を修めたうえ、理容師試験に合格し、免許を受けた理容師でなければ理容を業としてはならない（養成期間　昼間課程、夜間過程→2 年、通信過程→3 年)。
＊試験の実施者、免許、登録が都道府県知事から厚生労働大臣になる。



（２）価格・料金編

価格・料金

事例９　店内料金表に消費税加算は法律違反

店内表示の料金で良いと思っていたら、消費税を加算し請求されました。総額表示義務に法律が変わったと聞いています。法律違反ではないでしょうか。

消費税に対する信頼性、透明性の向上の観点から、平成 15 年度税制改正により、①中小企業者に対する特例措置の見直し、②申告納付制度の見直し、③消費税額を含めた総額表示の義務付けなど消費税法の一部が改正され、平成 16 年 4 月 1 日より施行されました。

したがって、表示料金に消費税を加算して請求することは消費税法違反となります、また、お客様に有利誤認を招く景表法違反となる場合もあるので注意する必要があります。

参　　考

◆消費税法の一部改正のポイント

① 事業者免税点の引き下げ
　課税売上高の上限が 3,000 万円から 1,000 万円に引き下げ

② 簡易課税制度の適用上限の引き下げ
　課税売上高が 2 億円から 5,000 万円に引き下げ

③ 総額表示の義務付け
　消費者に対して商品やサービスを販売する課税事業所が行う価格表示が対象で、表示媒体によるものであるかを問いません。

＜具体例＞

＊　値札、商品陳列棚、店内表示、商品カタログなどへの価格表示
＊　商品のパッケージなどへの印字、あるいは添付した価格表示
＊　新聞折り込み広告、ダイレクトメールなどによる配布するチラシ
＊　新聞、雑誌、テレビ、インターネットホームページ、電子メールなどの媒体を利用した広告、ポスターなど

＜景品表示法上の問題となる総額表示例＞

店頭ショーケースや広告には税抜き表示料金で、店内料金表示が税込み総額表示となっているような場合

詳しくは

・国税庁ホームページ　　http://www.nta.go.jp
・公正取引委員会「改正消費税法に基づく『総額表示方式』の実施に当たっての独占禁止法及び関係法令に関するＱ＆Ａについて」
http://www2.jftc.go.jp/pressrelease/03.december/031203.pdf

事例１０　料金改定は便乗値上げ

　行きつけの理容店の価格表が、突然平成 16 年 4 月から変更になっていました。消費税法が改正され、総額表示の義務付けがされた時期と一致します。便乗値上げではないでしょうか。また、業界全体がこのように改訂されたのでしょうか。

　平成 16 年 4 月 1 日から消費税の表示方法が変わり、総額表示方式が施行されました。安易に今までの料金に消費税 5%を加算した総額の金額で価格表を作成することなく、きちんと法律に従って表示をする必要があります。

　たとえ数円でも誤認されないよう表示すべきで、お客様に有利誤認を招く景品表示法違反となる場合もありますので注意しましょう。また、消費税総額表示方式に基づき表示をされていない店は、総額表示例に従い、即刻価格表を訂正し、お客様にはお詫びを伝え、店内にもお詫び文を掲示する必要があります。

　また、業界全体としての料金改訂は、独占禁止法の「公正自由な競争の確保を阻害する」として一切できないことになっています。

＜総額表示の例＞

4,200 円
4,200 円（税込み）
4,200 円（税抜き　4,000 円）
4,200 円（うち消費税等 200 円）
4,200 円（税抜き 4,000 円、消費税等 200 円）

参　考

◆私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）

　企業が生産したモノやサービスは最終的には一般消費者の購買行動によってチェックされているといえます。このシステムを有効に機能させるために、それを阻害する行為を規制している法律です。

　この法律の規制対象は、事業者（事業者団体）です。

＊カルテル（同業企業が競争制限のため行う申し合わせ・協定など）の規制

8 条 1 項　事業者間カルテルの他、事業者団体によるカルテルの禁止をしている

＊独占・寡占の規制

18 条の 2　価格の同調的引き上げについても監視規定を定めている

事例１１　拒否された領収書の発行

接待に備えての業務上の調髪だったので、会社に提出するために領収書の発行を求めたところ、ウチでは出していないと断られました。理容店で領収書は出してもらえないのでしょうか。

領収書の発行は法律で事業者に義務付けられているものではありません。

しかし、消費者が領収書を求める行為は「受取証書の交付請求権」として法律で保障されています（民法 486 条）。

法律に基づいたお客様の権利ですから、理容店は領収書の発行を求められた場合は、必ずお出ししなければなりません。なお、領収書はレシートでも代用できますが、事例のような場合はいつでも領収書が出せるようにしておいたほうがよいでしょう。

参　考

◆受取証書の交付請求権

民法 486 条　弁済者ハ弁済受領者ニ対シテ受領証書ノ交付ヲ請求スルコトヲ得



事例１２　店内表示は値上げ前料金

調髪後にいつもより高い料金を請求され驚きました。今月から値上げしたとの説明がその時初めてありましたが、店内の料金表は値上げ前の表示になっていました。店内表示は値上げ前の料金だったのに、値上げ後の料金を支払わなければいけないのでしょうか。

うっかり書き換えを忘れていたとしても、お客様は値上げ前の料金表を見て利用されたのですから、この場合、理容店は料金表以上の請求はできないと考えられます。

契約は、「申込み」に対して「承諾」があった時に成立します。

例えば、売買契約では「○○を△△円で売ります」という「申込み」に対して、「その値段で買います」という「承諾」があって契約は成立するのです。

書き換え前の料金表であっても、お客様が店内表示を見て申し込みをしたその時点で契約は成立した、という考え方も出てきます。

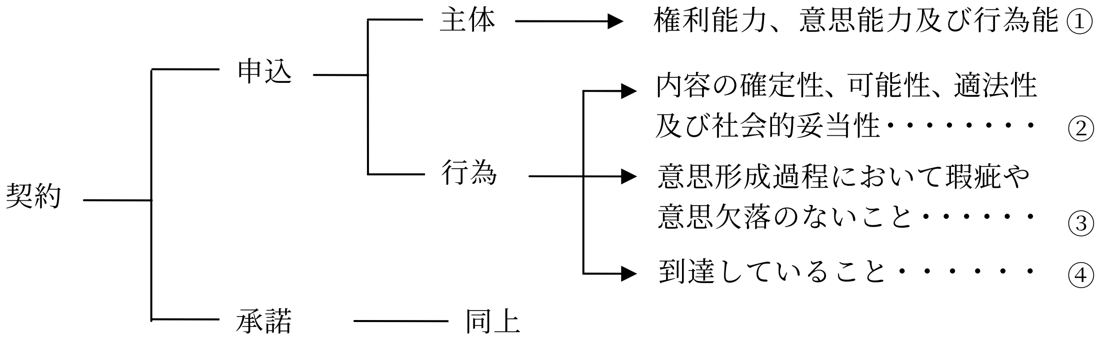
トラブルを未然に防ぐ為にも、料金表などお客様に提供する契約についての重要な情報は、間違いのないよう常に注意しておかなければなりません。

参　　考

◆契約の成立

「申込み」と「承諾」の合致により、契約は成立します。

◆ 契約の有効要件（契約当事者については①、申込み行為については②、③の要件が必要）



・契約当事者(主体)には権利能力･意思能力・行為能力の 3 つの能力が備わっていて初めて有効な申込みになる････①

・申込みや承諾の行為については、内容に確定性、可能性、適法性、社会的妥当性があること････②

・意思形成過程において、瑕疵や意思の欠落がないこと････③

・意思表示が相手に到達していること････④

事例１３　料金表がなく、終わってから高額な請求

初めて行った理容店ですが、店内に料金表が見当たりませんでした。終わってから 5,000 円を請求され驚きました。いつもの店より 1,500 円も高く、もし事前に分かっていたら利用しませんでした。事前に料金を知らされていなくても支払わなくてはいけないのでしょうか。

価格は契約に関する重要事項ですから、理容店はお客様が申し込みをされる前に、きちんと料金表を提示しておかなければなりません。

契約は「申込み」と「承諾」の合致により成立しますが、当事者のどちらかに、契約の重要な部分について錯誤がある時は無効になります（民法 95 条）。

料金表が全くなく、お客様が「そんなに高いとは思わなかったので申し込んだ」と主張された場合、「価格」という契約の重要な部分に錯誤があったとして契約は無効という考え方も十分出てきます。

料金表はお客様が見やすいところにきちんと提示しておくようにしましょう。お客様が申込みを行なう際の重要な要素ですから、店外からも見やすい場所にはっきりと明示し、お客様に認識して頂くことが店の責任です。

参　　考

◆契約の成立　（P18 参照）

◆錯誤による無効

錯誤とは、申込みや承諾などをした者の内心と、外見上なされた表示の内容とがくい違っており、そのことに表意者が気がつかないことをいいます。

民法 95 条　意思表示ハ法律行為ノ要素ニ錯誤アリタルトキハ無効トス
但表意者ニ重大ナル過失アリタルトキハ表意者自ラ其無効ヲ主張スルコトヲ得ス

◆理容業の振興指針《平成 16 年改正》

第二　理容業の振興の目標を達成するために必要な事項
一　営業者が取りくむべき事項
2　経営課題への対処に関する事項
（五）表示の適正化と苦情の適切な処理
まず、営業者は、店外を始めとして、客の見やすい場所にメニューと料金の明示を行なうとともに、客にとって初めてのメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行なうべきである。

事例１４　クレジットカード利用手数料の請求

理容店でカットとスキャルプ･トリートメントをしてもらい、支払いを翌月一括払いのクレジットカードでしました。レシートを見て 4%の手数料を取られているのに気付きカード会社に問合せると、お店の問題だが当社から注意しておくと言っていました。この理容店のやり方は問題ではないのでしょうか。

クレジットカード手数料は、クレジットカード会社と加盟店契約している理容店との個々の契約内容によります。クレジットカード会社は調髪料金をお客様に代わって立替え払いする際に発生した利用手数料を売上代金から差し引くのが一般的です。もっぱら現金払いのお客様が多く、クレジットカード払いの取扱いに不慣れですと、知らずにこの利用手数料をお客様に請求してしまうことも考えられます。

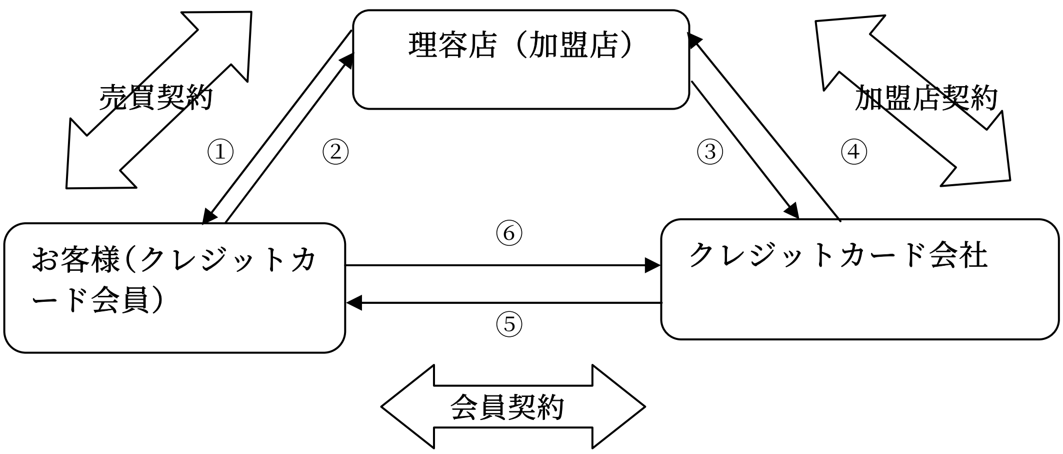
カード社会といわれています。今後はカード利用者が増えると思われますので、カードの取り扱いについては気をつけましょう。

日本クレジット産業協会、全国信販協会、日本クレジットカード協会等のクレジット業界団体によると、クレジットカード会社と店との加盟店契約のなかで､｢現金払いのお客様と一括カード払いのお客様とに差をつけない｣ことをうたっており､カード払い手数料をお客様に負担させた場合、加盟店契約違反となります。

参　考

◆クレジットカードの仕組み

クレジットカード会員の信用を基にクレジットカード会社は、利用したお店（加盟店）にその代金をクレジットカード会員に代わって支払います。クレジットカードによる商品・サービスの購入から､代金支払までの仕組みです。



①　商品・サービスの提供
②　カード提示・売上票にサイン
③　売上票送付（売上データ伝送）
④　売上代金支払
⑤　利用代金明細送付
⑥　利用代金支払
＊利用代金の支払は、金融機関の決済口座から自動引き落としにより行われます。

（3）表示・広告編

表示・広告

事例１５　不要なサービスまで含まれた総合調髪に不満

> 利用している理容店ではシャンプー・シェービングが含まれたセット料金になっています。シェービングは必要ないのに、料金に含まれているので仕方なくやってもらっていますが、以前他の理容店を利用した時は、シャンプーのみ、カットのみというように自由に選択できたと思います。この理容店でも単価別にできないのでしょうか。

「理容業に関する標準営業約款施行細則」によると、営業約款第 3 条 1 項 1 号の「総合調髪」は、「カット（刈込み）」、「シャンプー（洗髪）」、「シェービング（顔剃り）」、「セット（仕上げ）」の工程をいいますから、「総合調髪」であれば全てを含んだ料金ということになります。

これまでは、お客様からのご要望のほとんどが「総合調髪」でしたが、昨今、お客様のニーズは多様化しています。

例えばカットをする場合、シャンプーは要らないがシェービングはして欲しいとか、その逆にシャンプーはして欲しいがシェービングは要らないとか、カットだけでシャンプーもシェービングも要らないとか、いろいろな場合があります。

こうしたご要望に応え、最近は単価別のサービス提供を行ない、お客様に組み合わせを自由に選んで頂いている店も増えてきています。

お客様の声に耳を傾け、お客様のニーズに応えていく事が、より良いサービスの提供につながります。従来の形にこだわらず、常に新しいサービスの提供に努力しましょう。

参　　考

◆「理容業に関する標準営業約款」第 3 条 1 項 1 号

営業者は、提供する役務の内容について、次の各号の定めるところに従い表示するものとする。

（1）提供する役務の種別

提供する役務の種別を、次の区分により表示するものとする。ただし、これらの役務の種別を組み合わせて表示しても差し支えないものとする。

ア、総合調髪
イ、カット(刈込み)
ウ、シャンプー(洗髪)
エ、シェービング(顔そり)
オ、セット(仕上げ)
カ、アイパー
キ、男子仕上げコールド・パーマネントウェーブ
ク、アイロン
ケ、子供調髪
コ、毛髪・頭皮保護コース(ヘア・スキャルプ・トリートメント)

事例１６　店内表示にないバリカンとハサミは別料金

店内表示で「カット・シャンプーで 2,000 円」となっていたのに、2,310 円を請求されました。バリカンだと 2,000 円、ハサミだと 2,310 円ということです。ハサミでカットをお願いしましたが、その時料金が高くなるとの説明はありませんでした。2,000 円しか払いたくありません。

「理容業に関する標準営業約款施行細則」第 1 条 2 項によると、「カット（刈込み）」とは、クリッパー、鋏、レーザー及びクシ等を用いて毛髪を切る、となっています。つまり、一口に「カット」と言っても方法はいろいろあります。

「カット・シャンプーで 2,000 円」の「カット」がバリカンを使ってのカットに限られるのであれば、表示にその旨の説明がなければなりません。何も説明がない場合は、2,000 円しか請求できないと思われます。

お客様に、どのような方法で行なうカットでも同一料金と誤認させるような表示を積極的に行なっている場合は景品表示法の不当表示に該当するとも考えられます。お客様に誤解を招かないような表示が必要です。

参　考

◆「理容業に関する標準営業約款施行細則」第 1 条 2 項

約款第 3 条第 1 項第 1 号イ「カット（刈込み）」とは、クリッパー、鋏、レーザー及びクシ等を用いて毛髪を切り、長さ及び疎密を整えることにより求められたヘア・スタイルを形づくることをいい、襟足を剃るネック・シェービング施術を組み合わせて行なうことをいう。

◆不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

平成 15 年に、商品の効果、性能等内容について、著しく優良であると示す表示について、公正取引委員会が、「表示の裏付けとなる合理的な根拠の提出を事業者に要求できる」よう法律改正がされました。

＊優良誤認（4 条 1 項）　商品又は役務の品質、規格その他の内容について不当表示

① 内容について、実際のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示

② 内容について、競争業者に係るものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示

＊有利誤認（4 条 2 項）　商品又は役務の価格その他の取引条件について不当表示

① 取引条件について、実際のものより取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

② 取引条件について、競争事業者に係るものより取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

＊誤認されるおそれのある表示（4 条 3 項）　商品又は役務の取引に関する事項について、一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ、公正取引委員会が指定する表示

事例１７　希望カットは対象外と断られた割引チケット

駅前でもらったタウン誌に「雑誌愛読者割引チケット」があったので持参しました。結構混んでいる店だったので、今風のヘアカットをしてもらえると期待し、希望を伝えたところ、割引料金の対象にならないと断られてしまいました。すべてのサービスが対象になると思っていました。広告記載のミスではないでしょうか。

事例１８　割引率の記載がないシルバー特別料金

理容店のバス吊り広告の中に、シルバー特別料金とあったので、通常料金より安くなっていると期待して出向きました。ところが予想に反し割引率が低くガッカリしてしまいました。広告に何円引きとか何％引きと具体的に記載しなくとも問題はないのでしょうか。交通費をかけて出かけた意味がありませんでした。

最近、割引特典を記載した広告やクーポン付きタウン誌などが多くなってきています。記載内容がお客様の誤解や勘違いを招く恐れがある表示の場合、景品表示法の不当表示に該当しかねませんので、割引条件である割引額、割引期間、対象サービスなど、より具体的に分かり易く表示する必要があります。

広告を出すときは細心の注意が必要でしょう。

また、お客様から申し出があった場合、迅速にお客様の疑問点や要望をお伺いし、納得頂けるように説明し、今後の改善等について誠意ある対応をしましょう。

参　　考

◆不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）（P22 参照）

◆ISO9000（P3 参照）

事例１９　完全予約制なのに待たせる理容店

インターネットで探した完全予約制の理容店。仕事の合間にできると思い予約を入れたら「希望時間に予約が取れました」と返信が戻ってきたので、「承諾した」旨を伝えました。しかし、指定予約時間に店に行ったのに 30 分以上も待たされてしまいました。時間を有効に利用できる良いシステムと思ったのに裏切られた感じがして仕方がありません。何のための完全予約なのか、とても疑問です。

最近、インターネットの普及に伴い、店の案内や広告等を掲載する理容店が増加する傾向にあります。完全予約制とうたっており希望時間に予約を受けた以上は約束を守らなければなりません。

予約制の場合、約束時間より遅れることが予測できるときは、来店されたときに、事前にお客様の了解を取るべきでしょう。

また、申し込まれたお客様に予約時間が場合によっては遅れることをインターネット上でも確認できるようにしたほうがよいでしょう。

パソコンや携帯電話などを使った今までとは違ったお客様との取引関係が増えていくことが予想されます。理容店では更なる情報の収集、知識の向上が求められます。

参　考

◆電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法（電子契約法）

第 3 条　インターネットなどの「電磁的方法」という消費者には不慣れな方法での消費者取引に限定して、操作ミスによるリスクを事業者に負わせるように民法 95 条の但し書き「表意者ニ重大ナル過失アリタルトキハ表意者自ラ其無効ヲ主張スルコトヲ得ス」を適用しないことにした。

第 4 条　従来の民法では、526 条で「隔地者間ノ契約ハ承諾ノ通知ヲ発シタル時ニ成立ス」と発信主義をとっていましたが、この法律で承諾の意思表示を電子メールなどで送信する時の契約の成立時期が到達主義に変更されました。この規定は、事業者と消費者の契約だけに限らず、事業者間、消費者間の取引にも適用されます。

◆確認画面に関するガイドライン（経済産業省）

インターネットで申込みを受ける場合、その画面を通じて申込みの意思表示が確認できる措置が講じられているかどうかがポイントになります。

お客様が入力ミス等に気付き訂正できる画面を作成する必要があります。

詳しくは経済産業省のホームページ　http://www.meti.go.jp/topic/downloadfiles/

（４）販売方法、契約・解約編

販売方法、契約・解約

事例２０　個人情報の流失が心配なカルテ

いつも利用している理容店で「カルテをお書き下さい」と用紙を手渡されました。氏名・住所・電話番号のみならず生年月日や出身地まで記入項目になっていました。個人情報を可能な限り流出させたくないと考え、記入拒否を伝えたところ、半強制的に記入を求められました。お客のためのように思わせて、公的医療機関のごとくカルテを作成することは、経営、顧客管理のためとしか思えません。プライバシー侵害行為を即刻やめて欲しい。

多くの理容店で、お客様に来店の都度お伺いすることなく、満足していただけるヘアスタイルを創作するために作られているのが通称「カルテ」と呼んで作成しているのが現実です。

お客様からお聞きするカルテの内容は店により多少異なるところがあるようですが、おおむね氏名・住所・電話番号にし、生年月日ではなく誕生月ぐらいにとどめておくほうがよいでしょう。より良いサービスを提供するためのカルテですが、平成 17 年 4 月 1 日より個人情報保護法が施行されますので、たとえ個人情報取扱事業者に該当しない場合でも個人情報の取得、管理、利用方法等に細心の注意が必要です。

なお、お客様には、個人情報は、利用目的以外の使用はない旨を説明し、納得していただいた場合に記入していただく等の配慮が必要です。

参　　考

◆個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）

個人情報の適切な取り扱いを義務付けるもので、個人情報取扱事業者の義務規定などについて、平成 17 年 4 月 1 日より施行されます。

＊理容店が保有する「カルテ」も個人情報データベース等です

コンピュータ処理情報のほか、紙に書いてある情報であっても、個人情報を五十音順、生年月日順、勤務部署順など一定の方式によって整理し、目次・索引等をつけて容易に検索できる状態に置いてあるものも含まれます。

＊個人情報取扱事業者はルールを守らなければなりません

- 利用・取得に関するルール
- 第三者提供に関するルール
- 開示等に応じるルール
- 適正・安全な管理に関するルール

詳しくは内閣府国民生活局ホームページ

http://www5.cao.go.jp/seikatsu/kojin/index.html

◆東京都個人情報保護条例が改正

法律の整備、IT 化の進展等の社会情勢の変化に対応した、民間の個人情報保護の推進など条例改正が行われました。

詳しくは生活文化局情報公開課ホームページ

http://www.metro.tokyo.jp/POLICY/JOHO/index.htm

事例２１　当日キャンセルした場合のキャンセル料

１ヶ月前に予約しましたが、当日急用ができ行けなくなり、朝一番で連絡したのにキャンセル料を請求されました。特定の方にお願いしていたわけではありません。事前に何も説明されていないのに、支払わなければいけないのでしょうか。

キャンセル料を請求すること自体は問題があるとは言えませんが、請求する場合は、お客様には必ず事前にきちんと説明しておきましょう。その際、請求の根拠についても説明し、お客様のご理解を頂いておくことが大切です。事前の説明が全くない場合、請求を拒否されても仕方がありません。

また、仮に理容店に事前にキャンセル料についての規定等がある場合でも、平均的な損害額を超えて、過大な違約金を負担させる条項は無効（消費者契約法９条１号）となりますので、請求する際は請求の根拠をきちんと説明できるようにしておきましょう。

今後は再発防止策として、受付マニュアルの作成など改善策の検討が必要でしょう。

参　考

◆消費者契約法９条１号

次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする

一、当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの、当該超える部分

◆平均的な損害の額

合理的な算出根拠に基づいて算出された同種ケースでの平均的な損害額のことで、業界の標準約款で決めたものがあれば参考にされるのが一般的です

事例２２　未成年の息子の高額なヘアカラー料金

16 歳の高校生の息子が調髪に行くと言うので 5,000 円持たせましたが、理容店から帰って来たオレンジ色の髪の息子を見て驚きました。調髪後に 10,000 円のヘアカラーを勧められ、5,000 円しか持っていないというと、不足分は後から持ってくればよいと言われたそうです。息子からヘアカラーをするとの話はありませんでした。後日店から電話で請求がありましたが、支払わなくてはいけないのでしょうか。

未成年者が高額な契約をする場合は、法定代理人の同意が必要となっています（民法 4 条１項）。未成年者とは、満 20 歳に達していない人（民法 3 条）で、法律上の結婚をしていない人のことです（民法 753 条）。

法律上、未成年者は契約当事者としての行為能力が欠けている者とされていますから、高額な契約をする際は法定代理人の同意が必要となります。法定代理人は原則として親権者である両親をさします（民法 818 条）。

法定代理人の同意を得ないでした契約は取消すことができ（民法 4 条 2 項）、取消された契約は初めからなかったことになります（民法 121 条）。

契約社会の中で未成年者を保護するためのものですから、事業者は未成年者と高額な契約をする際は、必ず事前に親権者の同意を得ておくことが必要です。

このケースでは両親がヘアカラーをすることを知らず、同意していないことになりますので、支払いを拒否されても仕方がありません。

施術前の意思の疎通が充分図られずトラブルが起きることもありますので、事前によく話し合いをしましょう。

参　考

◆未成年者契約の取消しができない場合

未成年者の契約であっても、次のような場合は取り消しができません。

① 小遣いのように親権者が自由に使えるものとして渡したお金でした契約
② 未成年者が自分は成年であると積極的に相手を騙してした契約
③ 営業の許可を得た未成年者が、その営業取引のために行った契約
④ 未成年者が婚姻をしている場合
⑤ 成年になってから代金を支払った場合（追認）
⑥ 成年に達してから 5 年が経過した契約

事例２３　遠方を理由に断られた出張理容サービス

病気で寝たきりの父ですが、おしゃれで自宅に調髪にきてくれるお店を探していました。たまたまインターネットのホームページで見つけた店に出張サービスをお願いしましたが、遠方を理由に断られてしまいました。気軽に自宅へ調髪してくれるようになって欲しい。

高齢社会となり、ご自宅や福祉施設への出張理容サービスの要望が多くなっています。積極的に取り組む店もありますが、ホームページなどに広告を出すときは出張サービスの内容や料金、実施日、提供範囲など誤解を招かない説明が必要です。

全国理容生活衛生同業組合連合会では高齢者や障害者に安全で快適な理容サービスを提供するためには、理容の技術だけでなく、お客様の身体状況や障害の特性に応じた対応をするための技術や知識が必要と考え、社団法人シルバーサービス振興会とともに「ケア理容師養成研修」を全国で実施しています。

また、市区町村によっては高齢福祉サービスの一環として、訪問理容などの福祉理容制度を実施していますので、お客様がお住まいの市区町村の担当課など紹介できるように調べておくことも必要でしょう。

参　　考

◆理容師法　第 6 条の 2

理容師は理容所以外でその業を行ってはならない。但し、政令で定める特別の事情がある場合には理容所以外でその業を行うことができる

◆理容師法施行令　第 4 条

理容師法第 6 条の 2、ただし書きの規定により理容所以外でその業を行うことができる場合として、①疾病その他の理由により、理容所に来ることができない者に対して理容を行う場合②婚礼その他の儀式に参列する者に対してその儀式の直前に理容を行う場合③その他都道府県が条例で定める場合です。

◆ケア理容師養成研修制度

在宅･施設での訪問理容サービスや理容店舗において、高齢者･障害者等の心身状況や多様化するニーズに適応するケア理容サービスを提供するため、必要な知識や技術を有する「ケア理容師」養成を目的とした理容師の為のオリジナル研修制度。

研修終了の「ケア理容師」には店舗表示用のマークが交付されます。全国理容生活衛生同業組合連合会と社団法人シルバーサービス振興会では、このマークが今後「高齢者･障害者にやさしい理容師」の目印となるよう積極的に PR 活動を推進していきます。

ケア理容師

（5）接客・対応編

接客・対応

事例２４　盲導犬を連れて行ったら入店拒否

盲導犬を連れて店に入ったら、犬の毛が付くと衛生上困ると言われ入店を拒否されました。視力を失い、どこに行くにも盲導犬が離せません。入店はできないのでしょうか。

平成 15 年 10 月より「身体障害者補助犬法」が施行されており、認定された盲導犬であれば、公共の施設や不特定多数の者が利用する施設は拒んではならないことになりました。身体障害者補助犬として、盲導犬、介助犬、聴導犬の 3 種類が認定されています。身体障害のあるお客様の自立及び社会参加に欠かせない補助犬ですので、ほかのペット動物とは違います。快くご利用いただきましょう。

しかし、障害者の方がお連れになった犬がすべて正規の補助犬とは限りません。身体障害者補助犬法による補助犬とは指定訓練所で訓練され、指定法人で認定を受けている犬に限られており、その旨の表示があります。そのような補助犬が同伴する場合は、店は拒むことができませんが、身体障害者の方ご自身も、長毛の犬などは毛が散らないよう胴着を着用させるなど他人に迷惑をかけないような管理が必要です。もし、その管理が不十分で他のお客様にご迷惑がかかると判断されたなら、丁寧にその旨をお伝えし、お断りすることはできます。しかし、やむを得ずお断りする場合は、お客様が障害をお持ちであることに十分配慮して、丁寧に、きちんとその旨を伝えて下さい。

身体障害者補助犬管理手帳には、認定証や獣医師による健康管理記録がついています。それらを確認することは、決して失礼なことではありません。

参　　考

◆ We are ほじょ犬（厚生労働省ホームページより）

・盲導犬　目の不自由な人を誘導します。
・介助犬　からだの不自由な人の手足となって
　　　　　働きます。
・聴導犬　耳の不自由な人に音を知らせます。

Welcome!
ほじょ犬

◆ 身体障害者補助犬管理手帳(見本)



事例２５　希望の髪型は有名サッカー選手

「有名サッカー選手と同じ髪型にして」と頼んだら、理容師は「分かりました」と言ったのに、全く雰囲気の違う仕上がりになってしまいました。我慢できずに文句を言うと、「同じになるとは言っていない」「髪の毛の色や質で感じは変わる」と最初に言われていない説明をされてしまいました。
希望したような同じ髪型にならなかったのに、料金を全額支払わなければならないのでしょうか。

施術前に、お客様の話をお聞きし、ご要望に沿うように努力する姿勢が一番大切です。お客様一人一人、頭の形、髪質等が違うので細かい部分までご要望に沿えないことはあるでしょう。しかし、専門家としてはできる限り詳しく説明をし、コミュニケーションを取りながら、誤解を招かないようお客様に納得して頂く努力をすることが大切です。「分かりました」と答え、お客様のご希望どおりに出来なければ、それは、債務不履行責任を問われます。その場合は代金の請求はできないでしょう。
イメージ違いというのはなかなか難しいものです。お客様に髪質や色の違いがあり同じような髪形にはならないことを事前に伝えることにより、トラブルは避けられるでしょう。

参　　考

◆債務不履行責任

正当な理由がないのに、債務者が履行の本旨に従った給付を行わなかったことを債務不履行といいます。

民法 415 条　債務者カ其債務ノ本旨ニ従ヒタル履行ヲ為ササルトキハ債権者ハ其損害ヲ請求スルコトヲ得
債務者ノ責ニ帰スヘキ事由に因リテ履行ヲ為スコト能ハサルニ至リタルトキ亦同シ

民法 416 条　損害賠償ノ請求ハ債務ノ不履行ニ因リテ通常ノ生スヘキ損害ノ賠償ヲ為シムルヲ以テ其目的トス

事例２６　予約時間に遅れて叱られた理容店

結婚式場の紹介で理容店に顔剃りに出向きましたが、地方から出てきたため道に迷ってしまいました。地図を見ても分からず、結局 45 分も予約時間を過ぎてしまいました。理由を言って遅れてしまったことを謝っても、嫌み、悪口を言われてしまいました。祝い事の前なのにイヤな思いをし、精神的に傷がついてしまいました。遅れたことは確かに悪いと思いますが、事情も汲んでくれない対応が許せません。

お客様に対する思いやりや配慮、コミュニケーションが欠けていたがためのトラブルかと思われます。店の都合もあるとは思いますが、やはりお客様に不愉快を与えることは許されるものではありません。おめでたい席のことですからなおさら相手の気持ちを汲んであげることもプロとして必要でしょう。

万一遅れる場合の連絡方法などを事前にお客様に知らせておきましょう。

近年、理容サービスに対する消費者の要望が高度化、多様化し、より高度の専門知識や技術が求められています。それに加え、個々のお客様の気持ちを察し、消費者ニーズに即した接客対応が求められています。平成 16 年改正の理容業の振興指針では利用者の立場に立ったサービスの改善向上が必要と指摘しています。

なお、国際的な民間組織である ISO（国際標準化機構）が、品質管理に関する国際規格（ISO9000 シリーズ）を制定し、様々な分野で利用されています。標準化や規準化がしにくいサービス業の ISO9000 では、教育・訓練が最も重要な事項とされています。各種サービス業でも ISO9000 の認定を受けるところが増えています。

参　　考

◆理容業の振興指針《平成 16 年改正》

理容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に対応できる経営改善等を目指した指針。

主な関連する事項

＊利用者の立場に立ったサービスの向上
　接客対応も含め、利用者から快適と評価されるようなサービスの提供をする。

＊理容業は対人サービスであり、従業者の資質がサービスの質を左右するため人材育成を図ることが重要な課題である。

事例２７　井戸端会議化する理容店

古くからある理容店に行ったところ、調髪をしながら興味のないスポーツ界や芸能界のスキャンダルなどを話かけてこられ困ってしまいました。隣の席では、近所のうわさ話に花が咲いていて、何となく不愉快な思いがしました。結局やることが遅く時間もかかってしまい、予定していた時間を経過してしまいました。技術力だけではない店選びを実感させられました。

地方や下町では、その地域の交流の場、コミュニケーションの場として利用されている店が多くあるようです。そのことが目的で来店してくださるお客様も多く、地域密着型でメリットがあると思われます。

一方、サービスを受けることでリラックスを求めてくるお客様にとっては、噂話などは気分を害することでしょう。

お客様個々のご意向を尊重すべきであり、不愉快な思いをさせないように配慮する心遣いが必要でしょう。

うわさ話にも節度があり、店としてはプライバシーに気を配り、一人一人のお客様から信頼される雰囲気づくりと、誠意ある接客対応が求められます。

参　考

◆プライバシー

法律の条文では使われていない言葉で、捉え方も一律ではありません。一般的に「公開を欲しないであろうと認められる私的な事柄」と捉える考え方があります。

また、「私生活をみだりに公開されない権利」をプライバシー権と言われています。



（６）施設・設備編

施設・設備

事例２８　10 センチの段差で転倒、左手首骨折

高齢の父が理容店の階段を上がった入口付近で、僅かな段差に気付かずうつ伏せに転倒し、左手首を骨折し、顔を打ってしまいました。たった 10 センチほどの段差でしたが、高齢者にとっては段差があるとは認識できず危険と思われます。また、父にとって上がるのも大変で、せめて手すりがあればと思いました。
時々、泥よけマットがめくれていて、つまずきそうになったこともあります。高齢者にとって危険のないように改善をして欲しい。

高齢社会を迎え、高齢のお客様も多くなってきています。わずかな段差は身体機能が衰えた人にとっては事故につながります。店舗の立地や構造等が、高齢者や体が不自由な方々のことを考慮していなかったが故の事故で、すぐ、医療機関にお連れし、誠意ある対応をしましょう。

この様な事故の場合、明らかに危険性が認められるにも拘わらず、理容店の管理責任者がその状態を放置していたことになれば、管理者に過失があるとみなされ賠償責任を負います。店内のイメージアップや雰囲気づくり等を優先し、安全性を考慮せずに店内に段差ができ、建物の構造等に不完全な店で事故が発生した場合、店側はお客様に対して「土地の工作物の瑕疵による損害賠償責任」（民法 717 条）を負う事にもなります。常に安全性をチェックし危険と感じたら改修する、注意を喚起する等の細心の注意が必要です。

理容店がビル等に入居していた場合は、施設所有者と入居者（理容店）が負う責任が、構造上の問題なのか、管理に起因するものなのか等で複雑になります。

参　　考

◆民法 717 条　土地の工作物の瑕疵による損害賠償責任

家屋やブロック塀などのような土地の工作物の構造や保存に不完全な点があって、他人に損害をかけたときは、まずその工作物の占有者、次に所有者の順に損害賠償の責任を負います。

◆高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の促進に関する法律

通称ハートビル法と言われています。平成 6 年に制定され、平成 14 年 7 月、対象建築物の拡大、義務づけの創設、既存建築物対策の充実等含めた大改正がされました。この法律が適用される「特定建築物」とは、不特定多数の者が利用する 2 千平方メートル以上の建物で、その建築主には、出入り口や廊下、階段、トイレ等を高齢者や身体障害者が円滑に利用できるようにするための措置を講ずる義務があるとされています。同法の施行令の「特定建築物」に床面積 500 平方メートル以上の理容店も適用対象になっていますので注意が必要です。

各自治体でも条例を制定しています。例えば東京都では平成 16 年 7 月、高齢者や身体障害者等が使いやすい建築物の整備を行い、やさしいまち東京を実現するため、ハートビル法に基づき「通称ハートビル条例」を制定し、利用円滑化基準を強化、付加しています。

また、「小規模建築物・既存建築物バリアフリーガイドライン」も作成しています。

東京都都市整備局ホームページ　http://www.toshiseibi.tokyo.jp/

事例２９　禁煙・分煙の理容店を希望

> 体質的にタバコが合わず、タバコの臭いをかぐと気分が悪くなります。喫煙者と同席しないように朝一番で行くようにしていますが、たまに鉢合わせすると大変苦痛です。禁煙もしくは分煙のしっかりした店を探していますが、調べるところがあるのでしょうか。なければ禁煙、分煙区域を設けてほしいものです。

タバコに関しては喫煙、禁煙と、お客様の好みがあるため対応に苦慮するところです。しかし、健康増進法が平成 15 年 5 月 1 日に施行され、大勢の方が利用する施設では受動喫煙を防止する措置を講じる努力義務が規定（健康増進法 25 条）され、厚生労働省健康局長から周知徹底、円滑な運用に配慮する旨の通知「受動喫煙防止対策について(平成 15 年・健発第 0430003 号)」が出ています。

たばこの煙は肺がんになるリスクが高いばかりか、ぜん息や心臓病のリスク、胎児に与える影響などが指摘されており、もはや、好き、嫌いの問題ではありません。全面禁煙が一番望ましいのですが、形式だけの分離で、喫煙されないお客様にもたばこの煙を吸わせてしまう「受動喫煙」の状態になっているお店も多いかと思われます。比較的狭い店舗が多いため、強制排気設備等の設置や人の多く集まる時間帯における禁煙などハード、ソフト両面からの対策を考えていく必要があります。受動喫煙防止施設への改装が国民生活金融公庫の融資対象にもなっているので、都道府県理容生活衛生同業組合にお問い合わせください。

国民生活金融公庫ホームページ

http://www.kokukin.go.jp/pfcj/tokurei_kashitsuke.html

参　　考

◆健康増進法　第 25 条（受動喫煙の防止）

学校、体育館、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、事務所、官公庁施設、飲食店その他の多数の者が利用する施設管理者は、これらを利用する者について、受動喫煙（室内又はこれに準ずる環境において、他人のたばこの煙を吸わされることをいう）を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

◆受動喫煙防止対策について（厚生労働省健康局長通知）

国民の健康増進の観点から受動喫煙防止に係る措置の具体的な内容、留意点が明示されています。その別添である「分煙効果判定基準策定検討会報告」には下記のような記述があります。

＊現有の空気清浄機はたばこの煙中の粒子物質の除去については有効だが、ガス状成分の除去については不十分。喫煙場所の換気に特段の配慮が必要。

＊屋内喫煙場所の空気は屋外に強制的に排気する方法が有効である。

事例３０　シンナー臭で気分が悪くなった新装開店の理容店

新装開店特別価格の広告を見て、理容店へ行きました。店に入った時、シンナーのような臭いがしましたが気にせず、調髪をお願いしました。椅子でカットをしてもらっている頃から、目がチカチカして気分が悪くなりました。アレルギー体質ではないと思っています。他にも同じ症状になった人がいたのではないでしょうか。

新装オープンの期日が迫り、引渡しを受けてから十分な換気を行わずに機器や商品の搬入をしますと揮発性の化学物質が店舗内に残留し、シンナーのような臭いがすることがあります。

まず、従業員や他のお客様に同様の症状を訴える者がいないか確かめましょう。また、このような症状が出る主な要因物質のホルムアルデヒドとトルエンの室内濃度の測定をし、厚生労働省の定める基準値より高い数値がでるのであれば、換気を十分に行うとともに化学物質の室内濃度を下げるためのベイクアウトを実施することも有効な手段です。

アレルギー症状は個人の体質やその日の体調などにより異なりますので、建材など店舗で使用する際の注意や換気設備の設置など、お客様の健康に十分な配慮が必要です。

参　考

◆建築基準法の改正

新築やリフォームした建物等に入居した人の、目がチカチカする、のどが痛い、めまいや吐き気、頭痛がするなどの「シックハウス症候群」が問題となっています。平成 15 年７月１日に建築基準法が改正され、シックハウス対策のための規制が導入されました。居室に使用される各種建材の規制強化、しろあり駆除剤のクロルピリホスの使用禁止、ホルムアルデヒドの使用制限が定められた他、換気設備の設置が義務付けられました。

ホルムアルデヒドを発散する建材を使用しない場合でも、家具などからの発散があるため、原則とし全ての建築物に機械換気設備の設置が義務付けられます。例えば住宅の場合、換気回数 0.5/h 以上の機械換気設備（いわゆる 24 時間換気システムなど）の設備が必要となります。

国土交通省「改正建築基準法に基づくシックハウス対策コーナー」

http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/build/sick.html

◆厚生労働省のガイドライン

厚生労働省では、室内空気汚染の要因物質として、ホルムアルデヒド、トルエン、アセトアルデヒドなど現在 14 物質を特定して室内濃度指針値を設定しています。

◆ベイクアウト（焼き出し）とは

室内空気汚染の低減化対策の一方法。建物の室内を加熱装置により加温し、建材等の室内空気中の化学物質を放散させた後、換気により室外へ放出することにより、平常時の室内濃度を低減化する。

事例３１　車椅子で利用したい理容店

車椅子で理容店へ行ったところ、店が狭いからと断られたことがあります。受け入れてもらった店では、車椅子から理容椅子に移る時など手助けが必要ですが、気持ちよく対応してもらっています。お忙しいのにと申し訳ない気持ちで一杯です。外出して車椅子のまま気楽に利用できる理容店を望んでいます。

高齢の方や体の不自由な方などから「車椅子のままで調髪をしたい」との声が寄せられています。理容店によっては入り口や店内に段差があり、また、車椅子から調髪用の椅子に移っていただく必要がある場合もあります。「外出して調髪すると、気分転換になる」とのお声もあり、店内のバリアフリー化や車椅子のままの調髪、シャンプーができるような設備を整えることが課題です。平成 16 年に改正された「理容業の振興指針」でも高齢社会への対応について幅広い取り組みが期待されています。

全国理容生活衛生同業組合連合会と社団法人シルバーサービス振興会では、高齢者の方や体のご不自由なお客様の身体状況や障害の特性に応じた対応をするための知識や技術の習得を目的とした「ケア理容師養成研修」を実施し、研修修了者には修了証と店舗表示用マークが交付されます。また、希望者には全国理容生活衛生同業組合連合会のホームページに住所・氏名を掲載してケア理容師として PR されます。

全国理容生活衛生同業組合連合会ホームページ　http://www.riyo.or.jp/index.html

参　　考

◆高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の促進に関する法律（ハートビル法）（P33 参照）

◆ケア理容師（P28 参照）



事例３２　盗難が心配な預かり品の保管方法

行きつけの理容店では、待合い用ソファーのお客が通るところにコート掛けが置いてあり、盗難が心配です。男性は貴重品を上着やコートに入れておくことが多いので、現金盗難だけではなく、クレジットカードのスキミングも懸念されます。お客が立ち入らないところに保管できるようにして欲しい。

理容店は、お預かりした以上、責任をもって保管しなければなりません。お客様サービスで無償でお預かりしたとしても、商法では、顧客から預かった物品の場合、不可抗力による紛失・棄損でない限り責任を負います。尚、貨幣・有価証券など高価品については、種類・価額を明確にしたうえで預けなければ、店は責任を負わないとされています。

もしも盗難等でお客様に損害が発生した場合、全国理容生活衛生同業組合連合会の「賠償責任補償共済制度」により保管物の管理に起因する事故の賠償がされます。

事故を未然に防ぐために、お客様に貴重品等はお持ちいただくか、鍵のかかるロッカーのようなものがあるとよいでしょう。

参　考

◆寄託契約　商法 594 条

旅店、飲食店、浴場其他客ノ来集ヲ目的トスル場屋ノ主人ハ客ヨリ寄託ヲ受タル物品ノ滅失又ハ毀損ニ付キ其不可抗力ニ因リタルコトヲ証明スルニ非サレハ損害賠償ノ責ヲ免ルルコトヲ得ス

②客カ特ニ寄託セサル物品ト雖モ場屋中ニ携帯シタル物品カ場屋ノ主人又ハ其使用人ノ不注意ニ因リテ滅失又ハ毀損シタルトキハ主人ハ損害賠償ノ責ニ任ス

③客ノ携帯品ニ付キ責任ヲ負ハサル旨ヲ告示シタルトキト雖モ場屋ノ主人ハ前二項ノ責任ヲ免ルルコトヲ得ス

＊「**場屋**」とは、飲食店、浴場、劇場のように客の来集・利用に適する人的物的設備を言います。

＊「**不可抗力**」とは、外部から生じた事故で、通常必要と認められる注意や予防方法を尽くしてもなお、防止しえないものを指します。

このことから、自己またはその使用人に過失がなかったことを立証しただけでは責任を免れることはできない厳格な責任になっています。

◆クレジットカードのスキミング

クレジット詐欺の手口で、特殊な機械でカードの磁気データを不正に読み出し（スキミング）別のカードに複製する事です。本人になりすまし、現金を引出したり高額商品を買いあさります。カード磁気読み取り機は携帯式もあり、不適任従業員が持ち込む場合、店が知らない内に取り付けられる場合があります。不審な機械等を見つけたときは、必ず警察と契約クレジット会社へ通報しましょう。従業員教育、店舗管理責任が重要となります。

◆刑法 163 条の 4 第 1 項　支払用カード電磁的記録情報取得罪（平成 13 年刑法改正）

スキミング等、磁気データを盗み取ることや偽造カード作成原版の所持、偽造が処罰の対象となりました。

５．トピックス

（１）消費者基本法（旧消費者保護基本法）

平成 16 年 6 月 2 日、消費者保護基本法が 36 年ぶりに改正されました。基本理念の新設をはじめ、現代の経済社会にふさわしいものとして、抜本的に見直しをし、消費者政策を充実・強化していくことから、法律名も「**消費者基本法**」に変更されました。

事業者に対しても責務等の拡充、努力規定の新設など関わりの深いものとなっています。

＜基本理念の新設＞

消費者政策の推進は、安全の確保等を消費者の権利として尊重し、消費者の自立支援を基本として行わなければならない。

＜保護から自立へ＞

目的では、情報格差・交渉力格差によることを追加規定し、消費者の権利と尊重を明確にし、自立支援を明記しました。

＜消費者の 8 つの権利＞

① 消費生活において基本的な需要が満たされる権利
② 健全な生活環境が確保される権利
③ 安全が確保される権利
・身体や生命に危険な商品、サービスから保護される
・サービス業に関しては、業務の切り分けを厳格に行うことや、安全基準を設定するなどの整備が進められていくものと考えられる
④ 必要な情報を知ることのできる権利
・必要な情報が明確な内容で提供され、不誠実、あるいは誤解を招く広告や表示、取扱説明書から保護される
⑤ 適切な選択が行える権利
・十分な情報を基に、冷静に合理的な判断ができる環境で選べる
⑥ 消費者教育が受けられる権利
・適切な判断能力を身につけるための教育が受けられる
⑦ 意見が反映される権利
・意見が言える場が与えられ、最大限に反映されることを求められる
⑧ 被害の救済が受けられる権利
・欠陥商品や不適正な契約等のトラブルから救済される

＜事業者の責務の拡充＞

＊ 消費者の安全、取引における公正の確保
＊ 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供
＊ 消費者取引に際し、消費者の知識、経験、財産の状況に配慮
＊ 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理をする
＊ 国・地方公共団体が実施する消費者政策に協力

＜事業者団体の努力規定＞

＊ 苦情処理体制の整備
＊ 自主基準の作成支援など

（２）個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）

個人情報の適切な取り扱いを義務付けるもので、個人情報取り扱い事業者の義務規定などについて、平成 17 年 4 月 1 日より施行されます。

＜目　　的＞　個人情報の有用性に配慮しつつ「個人の権利や利益」を保護すること

＜個人情報とは＞　生存する個人の識別が可能な情報（氏名・生年月日等により特定の個人が識別できるもの）

＜個人情報取扱事業者＞

＊　個人情報データベース等を事業の用に供しているもの

＊　データベースが過去 6 ヶ月間に **5,000 人分**を超えた企業

＊　**紙情報**であっても個人情報を容易に検索ができるように構成され、目次や索引がついているものは対象（カルテも含まれる）

＜具体的な事業者義務＞

利用・取得に関するルール

＊　個人情報の取得時に、利用目的をできる限り特定し、本人に通知・公表する

＊　偽りその他不正な手段によっての個人情報取得の禁止

＊　本人から直接書面で個人情報を取得する場合には、あらかじめ本人に利用目的を明示する

＊　間接的に取得した場合、すみやかに利用目的を通知または公表する必要がある

第三者提供に関するルール

＊　個人データをあらかじめ本人の同意を取らないで第三者に提供することは原則禁止

開示に応じるルール

＊　事業者が保有する個人データに関して、本人から求めがあった場合は、その開示、訂正、利用停止等を行うこと

＊　個人情報の取扱いに関して苦情が寄せられたときは、適切かつ迅速に処理すること

＜個人データに関する取扱義務＞

安全管理措置

＊　データの漏洩、滅失防止のため必要な措置をすること

＊　個人データを安全に管理し、従業員や委託先を監督すること

正確性の確保

＊　利用目的達成に必要な範囲内で、正確・最新の内容に保つこと

☆　**個人情報取扱事業者が義務規定に違反した場合、罰金が課せられます。**

詳しくは内閣府国民生活局ホームページ http://www5.cao.go,jp/seikatsu/kojin/index.html

（3）インターネット対策

IT時代をむかえ、理容業界においてもインターネットは重要な情報発信や販売促進のツールとなってきています。

便利な部分がクローズアップされ、進化をし続けているネットワーク社会ですが、その一方で、情報の共有化や匿名性などインターネットの特性が悪用され、詐欺的ネット犯罪、情報の流出、誹謗中傷など、さまざまなトラブルが発生しています。これからは営業者もネット被害に対する対策も必要です。

◆特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律（プロバイダ責任制限法）

インターネット特有の匿名性の壁を打破すべく、被害者に発信者情報の開示権を認める法律で、プロバイダ等が権利を侵害するおそれのある書込み等を削除したり、削除しなかった場合の損害賠償責任が制限されることも定めています。ただし、被害者が自己の権利が侵害されたことが明らかであることを証明するなど、一定の要件が必要となります。削除依頼に応じない時には、裁判所に仮処分申請を行うことになります。

この法律の施行で（社）テレコムサービス協会がその運用ガイドラインを作成し、ホームページ（http://www.telesa.or.jp）で書込み削除を申し入れるフォームを掲載しています。

名誉棄損行為や屈辱行為は犯罪ともなりますので、警察に通報し捜査されれば、発信書込み者が特定できる場合もあります。

◆不正アクセス行為の禁止等に関する法律（不正アクセス禁止法）

顧客情報を適正に管理していたにも関わらず、何者かにコンピュータ上からその情報を取られた場合、この法律の被害者として警察に申し出る必要があります。

警察庁ハイテク犯罪対策　http://www.npa.go.jp/hightech/

◆電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法（電子契約法）

電子契約の場合、事業者側が、消費者の申込み内容などを確認するための適切な措置を設けていない場合、民法95条但し書を適用せず、原則、契約を無効とすることを定めています。

◆特定商取引に関する法律（特定商取引法）

インターネット通販については、分かりやすい申込み画面設定を義務付ける規定があります。

（4）理容店を取り巻く諸事情

近年、理容店を経営していく中で業務以外の様々なトラブルも発生しています。巻き込まれないためには実態を把握し知識向上等に努める必要があります。

≪電話機のリース契約≫

個人事業主や小規模企業主をターゲットに「デジタル化されるので今のうちに電話機の交換をした方がいい」と訪問し高額なリース契約をさせるトラブルが発生しています。事業者の場合、クーリング・オフ（消費者に与えられた 8 日間の無条件解約権）の対象外です。ただし、民法その他の法律で取消や無効の主張ができることもあります。また、裁判で事業者のクーリング・オフが認められた判例もあります。

◆特定商取引に関する法律（特定商取引法）

昭和 51 年に制定された事業者規制の法律です。取引を公正なものとし、購入者等の利益の保護が主な狙いで、クーリング・オフの規定があります。

◆リース契約

物を使用させる期間が 1 年以上で、契約期間中は解約ができない（途中で不要になったり使えなくなっても残リース料支払い義務がある）、損金経理のメリットがある。

★　判例　平成 8 年 1 月　川越簡易裁判所判決、平成 15 年 7 月　大阪高等裁判所判決
（P42 参照）

≪店内ＢＧＭの著作権支払い義務≫

平成 14 年 4 月から、著作権法付則 14 条の撤廃で音楽著作権料の支払い義務が発生しますので、理容店内で有線放送・FM ラジオ・CD 等を BGM として利用の場合は注意が必要です。

◆著作権法　第 23 条

放送、有線放送の受信装置を用いてお店などに流すことを「公衆放送の伝達権」として著作権者（作詞家や作曲家）に権利を認めている。

◆著作権法付則第 14 条撤廃

営利を目的とし BGM を利用する場合、利用の許諾契約と使用料が発生する事になった。

◆音楽著作権手続き

対　象　①　店等で、CD・テープなどを BGM として店内に流す場合。
②　有線音楽放送、衛星配信、BGM 用貸出録音物などの事業者が、お店などに代わって協会に使用料を支払っていない場合。

使用料　①　一般の店舗の場合は、店舗面積に応じて決められている。
②　宿泊施設の場合は、宿泊定員で決まる。

使用料免除規定
福祉、医療もしくは教育機関での利用、事務所・工場等での主として従業員のみを対象とした利用又は露店等での短時間かつ軽微な利用の場合など。

（社団法人）日本音楽著作権協会ホームページ　http://www.jasrac.or.jp/info/bgm/index,htm

★　判例　平成 16 年 3 月　名古屋高等裁判所判決　（P42 参照）

６．理容業等に関連する判例

（1）理容店主と訪問販売事業者との電話機の売買契約にクーリング・オフを認めた

川越簡易裁判所　平成 8 年 1 月 22 日　判決

家族営業の理容店に電話機の訪問販売事業者が来訪し、機種が変更になる等と説明し割賦価格 255,000 円で売買契約を締結。販売担当者が個人名ではダメと言い、店名入りゴム印を押し代表者名を付記した上、契約目的を営業行為に丸印をした。高額であり、機種変更になるとの説明が虚偽であったことからクーリング･オフによる契約解除通知を書面で通告した。

しかし、理容店が特定商取引に関する法律（旧訪問販売法）の事業者に該当しクーリング・オフの適用除外であるとして、販売業者が売買代金の請求裁判を起こしたものである。

判決ポイント　①　電話機が営業用に設置していたとみることができない

②　屋号を使用したゴム印が押印され、営業目的に丸印が付されているのは、知識、経験がない一般消費者同然の理容店主にクーリング・オフを予め封じる為で理容店主の意思に基づいてなされたといえず、営業のために電話機を購入したとみることができない

③　クーリング・オフ制度によって保護されるべき場合に該当する

（2）事業者間取引でも消火器薬剤詰替えにクーリング・オフを認めた

大阪高等裁判所　平成 15 年 7 月 30 日　判決

従前から継続的取引のある消火器点検業者であるかのように装い、事情のわからない自動車販売会社の従業員をだますようにして契約書にサインをさせ、消火器を搬出し、高額な消火薬剤詰替費用を請求してきた。支払うまで消火器の返還をしないとの態度の悪質業者に対し、搬出された消火器の返還と強制執行不奏功の場合の損害賠償請求を自動車販売会社が求めた。

判決ポイント　①　特定商取引法、第 26 条 1 項 1 号では、事業者が「営業のため若しくは営業として締結するもの・・・」した取引についてクーリング・オフ規定は適用除外とされているが、自動車販売会社は消火器を営業の対象とする会社ではないので適用除外とはならない

②　自動車販売会社が株式会社であるにもかかわらず、事業者間の訪問販売取引にクーリング・オフの適用があると判断し、消火器薬剤充填契約は書面不備のためクーリング・オフ行使期間が未経過と判断され勝訴

（3）社交ダンス教室内のレッスン音楽利用は著作権侵害と認めた

名古屋高等裁判所　平成 16 年 3 月 4 日　判決

社交ダンス教室（7 事業所）に対し、（社）日本音楽著作権協会が、協会が管理する音楽著作物の演奏差し止めと損害賠償を求めた。第一審判決（名古屋地方裁判所）では、ダンス教室経営者らの著作権侵害を認め、演奏差止め損害賠償一部認容判決を下した。第二審判決（名古屋高等裁判所）でも著作権侵害を認め、協会からの請求から遡って 3 年間は不法行為に基づく損害賠償義務を、それ以前の 7 年間は不当利得に基づく利得返還義務をそれぞれ負うと判決。

社交ダンス教室の経営者側が最高裁に上告受理を申立てたが棄却され、第二審判決が確定。

判決ポイント　①　録音物の再生演奏は「不特定かつ多数の者」に対するものであるから、著作権法 22 条「公の演奏」に該当する

②　著作権法施行令附則 3 条の営業に該当する

７．関連法規等

（１）理容師法（昭和 22 年）

目的（第 1 条）

この法律は、理容師の資格を定めるとともに、理容の業務が適正に行なわれるように規律し、もって公衆衛生の向上に資することを目的とする。

定義（第 1 条の 2）

①この法律で理容とは、頭髪の刈込、顔そり等の方法により、容姿を整えることをいう。

②この法律で理容師とは、理容を業とする者をいう。

③この法律で理容所とは、理容の業を行なうために設けられた施設をいう。

免許（第 2 条）

理容師試験に合格した者は、厚生労働大臣の免許を受けて理容師になることができる。

《改正》平成 11 年法 160

無免許従事の禁止（第 6 条）

理容師の免許を受けた者でなければ、理容を業としてはならない。

理容所以外の営業の禁止（第 6 条の 2）

理容師は、理容所以外において、その業をしてはならない。但し、政令で定めるところにより、特別の事情がある場合には、理容所以外の場所においてその業を行うことができる。

理容所以外で業務を行うことができる場合（理容師法施行令 第 4 条）

理容師が法第 6 条の 2 但し書きの規定により理容所以外の場所において業を行うことができる場合は次のとおりとする。

①疾病その他の理由により、理容所に来ることができないものに対して理容を行なう場合。

②婚礼その他の儀式に参列する者に対して、その儀式の直前に理容を行なう場合。

③第 2 号のほか、都道府県が条例で定める場合。

（２）身体障害者補助犬法（平成 14 年 5 月公布・平成 15 年 10 月全面施行）

身体障害者補助犬の育成及びこれを使用する身体障害者の施設等の利用の円滑化を図り、もって身体障害者の自立及び社会参加の促進に寄与することを目的に制定されました。

身体障害者補助犬とは、盲導犬、介助犬及び聴導犬をいいますが、下記の通り認定されています。

ア　盲導犬とは、道路交通法で定める盲導犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬（当分の間は、国家公安委員会が指定した法人かから認定を受けている犬）

イ　介助犬とは、肢体不自由により日常生活に著しい支障がある身体障害者のために、物の拾い上げ及び運搬、着脱衣の補助等肢体不自由を補う補助を行う犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬

ウ　聴導犬とは、聴覚障害により日常生活に著しい障害がある身体障害者のために、

ブザー音、電話の呼出音等を聞き分け、その音に必要な情報を伝え、及び必要に応じ音源への誘導を行う犬であって、厚生労働大臣が指定した法人から認定を受けている犬

このような身体障害者補助犬を身体障害者が同伴して利用する場合は、公共の施設や飲食店などの不特定多数の者が利用する施設は拒んではなりません。

なお、認定された犬は省令に基づいて訓練を受け、身体障害者補助犬である旨の表示が義務づけられています。また、同伴・使用する身体障害者は補助犬が他人に迷惑を及ぼすことがないように管理し、犬の健康管理・衛生管理も義務づけられています。

（3）高齢者、身体障害者等が円滑に利用できる特定建築物の建築の促進に関する法律（ハートビル法）

平成 15 年 4 月に新設・改装するホテルなどにバリアフリー対応を義務づける新法（改正ハートビル法）が施行されました。「特定建築物」を新築や改装する場合にはバリアフリー対応をすることが努力目標としてあげられ、その中でも「特別特定建築物」として政令で定められた場合には必ず守る義務があります。現在は、2,000 ㎡以上のホテルやデパートなどですが、地方自治体の条例により面積規制を厳しくするなども可能です。今後の高齢社会にむけては、不特定かつ多数の人が集まるところなどではそれら規制を先取りしたバリアフリー対応が望まれます。

特定建築物：学校、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、ホテル、事務所、共同住宅、老人ホームその他の多数の者が利用する政令で定める建築物又はその部分をいい、これらに附属する特定施設を含むものとする。

（4）製造物責任法（PL 法）

製品の欠陥によって生命、身体又は財産に損害を被ったことを証明した場合に、被害者は製造会社などに対して損害賠償を求めることができる法律です。過失有無に関わらず、欠陥の有無による責任です（内閣府・消費者の窓 http://www.consumer.go.jp）。

第一条　この法律は、製造物の欠陥により人の生命、身体又は財産に係る被害が生じた場合における製造業者等の損害賠償の責任について定めることにより、被害者の保護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第二条　この法律において「欠陥」とは、製造又は加工された動産をいう。

2　この法律において「欠陥」とは、当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいう。

（5）消費税法

消費税に対する国民の信頼性、制度の透明性を向上させる観点から、平成 15 年度の消費税法の一部改正で、中小事業者に対する特例措置等（免税点制度、簡易課税制度）について見直しが行なわれ、次のような措置が講じられました。

① 免税点制度

課税事業者となる課税売上高の適用上限が年 1,000 万円（改正前は 3,000 万円）に引き下げられました。

② 簡易課税制度

適用の上限が年 5,000 万円以下（改正前は年 2 億円）に引き下げられました。

③ 申告納付回数

直前の課税期間の年税額が 4,800 万円（地方消費税込み 6,000 万円）を超える事業者については、中間申告納付（改正前は中間申告 3 回、確定申告 1 回）が毎月（中間申告 11 回、確定申告 1 回）となりました。

④　総額表示方式の義務付け

事業者がその相手方である消費者に対して商品の販売、役務の提供等の取引を行うに際し、その取引価格を表示する場合には、その商品や役務に係る消費税等の額を含めた総額を明らかにすることが義務付けられました。

（6）著作権法

著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もって文化の発展に寄与することを目的として制定されました（第 1 条）。

著作物とは思想又は感情を創作的に表現したものであって、文芸、学術、美術又は音楽の範囲に属するもの（第 2 条 1 項 1 号）、著作者とは著作物を創作する者（第 2 条 1 項 2 号）と定義されており、著作者の権利として、著作者人格権と著作権を認めています（第 17 条 1 項）。また実演家、レコード製作者、放送・有線放送事業者には著作隣接権を認めています（第 89 条）。

著作物に関する権利は、著作物を創作した時点で発生し、著作者の死後 50 年間存続し、保護期間となっています（第 51 条）。

（7）健康増進法

たばこの煙により、肺がん、咽頭がん、心臓病、脳卒中、肺気腫、喘息、歯周病などのリスクが高まると指摘されています。また、妊婦の喫煙では、流産、早産、低出生体重児などが増えるとの報告もあります。しかし、たばこの悪影響は、喫煙者本人よりも周囲の人が吸わされる「受動喫煙」の方が問題です。たばこの先から出る煙（副流煙）のほうが、喫煙者本人が吸い込む煙（主流煙）より有害物質が多く含まれているからです。さらに、受動喫煙の乳幼児への影響として、喘息、気管支炎、赤ちゃんの突然死などが知られています。

そこで、平成 15 年 5 月に「受動喫煙の防止」が明記された健康増進法が施行されました。

飲食店その他の多数の者が利用する施設では他人のたばこの煙を吸わされないよう必要な措置を講じる義務規定が設けられました。分煙や禁煙などの措置を講じましょう。同じフロア内で分煙する場合には、出入り口、トイレ、レジなどへの道筋で受動喫煙しないよう配置を考慮しなければなりません。

詳しくは、→　http://www.mhlw.go.jp/topics/tobacco/main.htm
厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室

第25条　学校、体育館、病院、劇場、観覧場、集会場、展示場、百貨店、事務所、官公庁施設、飲食店、その他の多数のものが利用する施設を管理する者は、これらを利用する者について、受動喫煙（室内又はこれに準ずる環境において、他人のたばこの煙を吸わされることをいう）を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

（８）消費者契約法

平成 13 年 4 月 1 日に施行され、消費者と事業者の間のすべての契約（労働契約を除く）に適用されます。消費者と事業者の間には情報力や交渉力の格差があることを前提に、消費者と事業者の間のルールとして制定されました。

事業者の不適切な行為（1　不実告知、断定的判断、故意の不告知、2　不退去、退去妨害）により自由な意思決定が妨げられたこと（1　誤認、2　困惑）によって結んだ契約を取消すことができます。消費者が結んだ契約において、消費者の利益を不当に害する一定の条項の全部又は一部が無効になります。

第１条　この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第３条　事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

詳しくは→内閣府・消費者の窓　http://www.consumer.go.jp/

（９）不当景品類及び不当表示防止法　（景品表示法）

商品や役務（サービス）の取引に関して不当な景品提供や表示による顧客の誘因を防止して、公正な競争を確保することにより、一般消費者の利益を保護することを目的として昭和 37 年に公布されました。

平成 15 年に、商品の効果、性能等内容について、著しく優良であると表示をする場合は公正取引委員会が、「表示の裏付けとなる合理的な根拠の提出を事業者に要求できる」よう法律が改正されました。また、電子商取引に関する表示についてもガイドラインが出され、運用が強化されています。

★不当な表示は禁止（4 条）

１.優良誤認（4 条 1 号）商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示

① 内容について、実際のものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示

② 内容について、競争業者に係るものより著しく優良であると一般消費者に誤認される表示

２.有利誤認（4 条 2 号）商品又は役務の価格その他の取引条件について不当表示

① 取引条件について、実際のものより取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

② 取引条件について、競争事業者に係るものより取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

３.誤認されるおそれのある表示（4 条 3 号）商品又は役務の取引に関する事項について、一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ、公正取引委員会が指定する表示

（１０）電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法特例措置法（電子契約法）

第 3 条　インターネットなどの「電磁的方法」という消費者には不慣れな方法での消費者取引に限定して、操作ミスによるリスクを事業者に負わせるように民法 95 条但し書きを適用しないことにした。

第 4 条　従来の民法では、526 条で「隔地者間ノ契約ハ承諾ノ通知ヲ発シタル時ニ成立ス」と発信主義をとっていましたが、この法律で承諾の意思表示を電子メールなどで送信する時の契約成立時期が到達主義に変更されました。

この規定は、事業者と消費者の契約だけに限らず、事業者間、消費者間の取引にも適用されます。

（１１）賠償責任補償共済制度

全国理容生活衛生同業組合連合会の組合員店舗が加入し、利用できる制度です。

この補償制度による査定、補償金の支払いは、委託損害保険会社の総合賠償責任保険普通保険約款および特約条項に基づいて取り扱われます。

補償の対象

① 被害者に対して支払う損害賠償金
《治療費、休業補償費、修理代、代替品の購入代、衣類等の汚損によるクリーニング代など》

② 事故発生後、その損害の防止軽減に必要な費用
《応急手当や病院への護送費など》

③ 訴訟、仲裁、和解または調停について、保険会社の承認を事前に得て支出した費用
《訴訟費用、弁護士報酬など》

④ 顧客が店舗内でケガをしたり、ケガにより死亡した場合の治療見舞金、死亡見舞金

対象となる主な事故例

① 容店の業務を原因とする事故
② 容店の設備に起因した事故
③ 客より預かった現金、保管物の事故
④ 用駐車場内での自動車、バイク、自転車の破損事故（ケースによっては不可）

対象とならない主な事故例

① 加入者（店主)、またはその代理人および使用人（従業員）の故意による事故
② 戦争、変乱、暴動、労働争議、政治的または社会的騒じょうによる事故
③ 地震、噴火、洪水、津波、またはこれらに類似の自然変象による事故
④ 同居の親族、従業員に対する事故
⑤ 施設の建設、改築、修理等の工事に起因する事故
⑥ 理容店の所有、使用、もしくは管理する昇降機または自動車に起因する事故
⑦ 自動車、バイクの盗難事故（その付属品、車内等の荷物の盗難も不可）
⑧ 店頭に置いた自転車の盗難、紛失、および破損した事故
⑨ 給排水管、暖冷房装置、湿度調節装置、消火栓、業務用器具からの蒸気、水の漏出、いっ出、またはスプリンクラーからの内容物の漏出、いっ出に起因する対物事故
⑩ 有価証券、印紙、切手、証書、宝石、貴金属、その他これらに類する保管物の損壊、紛失、盗難に起因する事故（但し、時価額 50,000 円以下のアクセサリー類は補償）
⑪ 仕上がり不良（毛髪の切り過ぎ、髪型、毛染の色、眉毛、口ひげの剃り落とし等）

　　に起因する事故
⑫　まつ毛パーマに起因する事故

（１２）理容所および美容所における衛生管理要領について

（厚生省環境衛生局長通知　昭和 56 年 6 月環指 95 号）

近年の科学技術の進歩、利用者の様態の変化やそれに伴い営業形態等が変貌してきているため、理容所および美容所の施設、設備、器具等の衛生的管理や消毒、従業員の健康管理など衛生管理の改善向上を図るための指針として出されました。

この要領には施設、設備器具の管理や衛生的取扱い、理容・美容器具の消毒、タオル布片類の消毒、手指の消毒等定められています。主な事項は次のとおりです。

＊　皮膚に接する器具類を、消毒ずみのものと未消毒のものを区別するために必要な収納ケース等を備えること。
＊　洗い場は、常に清潔に保持し、毛髪等の汚物が蓄積し、又は、悪臭等により客に不快感を与えることのないようにすること。
＊　従業者は常につめを短く切り、客一人ごとの作業前及び作業後には手指の洗浄を行い、必要に応じて消毒を行うこと。
＊　皮膚に接する器具類は、客一人ごとに消毒した清潔なものを使用すること。
＊　皮膚に接する器具類は、使用後に洗浄し、消毒すること。
＊　蒸しタオルは、消毒済みのものを使用すること。
＊　器具類を消毒する消毒液は、適正な濃度のものを調整し、清潔に保つこと。
＊　外傷に対する救急処置に必要な薬品及び衛生材料を常備し、用いる時には、適正に使用すること。

苦情対応カード(様式)

苦　情　対　応　カ　ー　ド

<table>
<tr><td colspan="2">受付番号</td><td>受付年月日</td><td>受付方法
□即時店頭□電子メール
□電話　　□次回来店j時
□文書　　□その他</td><td>緊急性
□保健所指導
□その他</td><td rowspan="3">内容
□安全・衛生、品質・機能
□価格・料金
□表示・広告
□販売方法、契約・解約
□接客・対応
□施設・設備</td></tr>
<tr><td rowspan="2">苦情申出者</td><td colspan="2">氏名</td><td>住所</td><td>会員番号</td></tr>
<tr><td colspan="2">電話</td><td>男　　　女</td><td>年代</td></tr>
<tr><td rowspan="2">苦情対象品</td><td colspan="2">施術内容</td><td>金額</td><td>接客担当者</td><td>施術担当者</td></tr>
<tr><td colspan="2">苦情品名</td><td>製造元</td><td>製造・関係社名</td><td>その他関係者</td></tr>
<tr><td>苦情内容</td><td colspan="3"></td><td>受付</td><td>店長確認</td></tr>
<tr><td rowspan="4">処理・対策</td><td colspan="3">初期対応</td><td>担当者</td><td>店長確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">原因究明</td><td>担当者</td><td>店長確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">対策1</td><td>担当者</td><td>店長確認</td></tr>
<tr><td colspan="3">対策2</td><td>担当者</td><td>店長確認</td></tr>
<tr><td colspan="6">備考</td></tr>
</table>

㈱ 本苦情対応カードは、お客様の苦情を迅速・円満に解決するため、また、今後の再発防止、顧客満足等に資するものであるが、個人情報であるため、その取り扱い、保管等については、個人情報保護法の観点からも十分な配慮が望まれます。

全国理容生活衛生同業組合連合会からのメッセージ

理容業は、理容師法にもとづき、日々の営業を行っておりますが、他業種と同様、時代の変化とともに進化することを余儀なくされております。従来からの「刈って、剃って、洗って、セットする」だけの技術ではなく、「心地よさ、美しさ、癒し、やすらぎ」等の要素も提供できる営業形態が求められるようになりました。

そこで、当連合会では、平成 8 年に策定した「理容産業 21 世紀ビジョン」にもとづき、快適・優美産業をめざして、新たな理容業の構築に取り組んでまいりました。

営業品目においても、ヘアスタイリングに加えて、理容クリニック、ウイッグ、フェイシャル、エステシェービング、ネイルケア、フットケア、ハンドケア等が導入され、理容の業務範囲もかつてない広がりをもつようになりました。

また、業務範囲の拡大とともに、消費者から寄せられる「苦情」も多種多様になってまいりました。特に理容業は、頭髪や肌に直接鋭利な刃物で触れる職業であるため、顧客からの信頼を得ずしては成立し難い業のひとつといえるでしょう。それだけに「苦情対策」は、理容業の最も大切な仕事のひとつと考えております。

なぜならば「苦情」の中にこそ、消費者ニーズのヒントが隠されているからです。「こうしてもらいたかったのに…してもらえなかった」というのが一般的な苦情のパターンですが、「こうしてもらいたかったのに…」という部分に消費者ニーズを見ることができます。苦情の中からニーズを受信し、理容師がそれを発信していけば「顧客満足」にシフトしていくことも可能です。その意味では「苦情こそ顧客満足を導き出す貴重な情報源」といっても過言ではありません。

「苦情」を「満足」に変えていくには、苦情の中から消費者ニーズを汲み取り、速やかに誠意ある対応を示すことが不可欠といえます。

このたび財団法人全国生活衛生営業指導センターより刊行された本冊子『理容業の苦情対応の手引き』は、組合員店における日々の営業の中で発生するクレームに対し、速やかに対応する上で、最も役立つ貴重なマニュアルになるものと確信しております。

平成 17 年 3 月

全国理容生活衛生同業組合連合会
理　事　長　　岩　崎　　国　治

索　引